

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СОЦІАЛЬНО – ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**



ЗАТВЕРДЖУЮ
 Декан соціально-гуманітарного
 факультету
Оксана ГОМОТЮК

«31»серпня 2023 р.



ЗАТВЕРДЖУЮ
 В.о. проректора з науково-педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ

«31»серпня 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Директор навчально-наукового
 інституту новітніх
 освітніх технологій
Святослав ШИТЕЛЬ

«31»серпня 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
 з дисципліни «КУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ БІЗНЕСУ»**

ступінь вищої освіти – бакалавр
 галузь знань – 02 Культура і мистецтво
 спеціальність – 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
 освітньо-професійна програма - «Документознавство та інформаційна діяльність»

кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

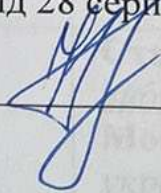
Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. заняття (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Разом (год.)	Екз./Залік (сем.)
Денна	2	3	28	14	3	6	99	150	Залік,3
Заочна	2	3,4	8	4	-	-	138	150	Залік,4

5/08/2023

**Тернопіль – ЗУНУ
 2023**

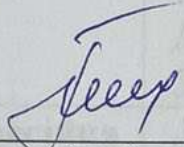
Робочу програму склала кандидат економічних наук, доцент кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Патряк Олександра Тарасівна

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності, протокол № 1 від 28 серпня 2023 р.

Зав. кафедри, кандидат іст. наук, доцент  Ірина НЕДОШИТКО

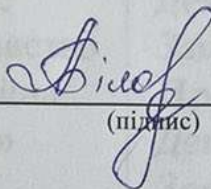
Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», протокол № 1 від 30 серпня 2023 р.

Керівник групи
забезпечення
спеціальності д. іст. наук, професор


(підпис)

Оксана ГОМОТЮК

Гарант ОПП д. іст. наук, професор


(підпис)

Леся БІЛОВУС

**Структура робочої програми навчальної дисципліни
«Культурні аспекти бізнесу»**

1. Опис дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

Дисципліна «Культурні аспекти бізнесу»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»	Статус дисципліни <i>вибіркова</i> Мова навчання <i>українська</i>
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність: 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»	Рік підготовки: <i>Денна – 2</i> <i>Заочна – 2</i> Семестр: <i>Денна – 3</i> <i>Заочна – 3,4</i>
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-професійна програма: «Документознавство та інформаційна діяльність»	Лекції: <i>Денна – 28 год.</i> <i>Заочна – 8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 14 год.</i> <i>Заочна – 4 год.</i>
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота: <i>Денна – 99 год.</i> <i>Заочна – 138 год.</i> Тренінг, КПЗ: <i>Денна – 6 год.</i> Індивідуальна робота: <i>Денна – 3 год.</i>
Тижневих годин – 10 з них аудиторних – 3		Вид підсумкового контролю – залік

2. Мета і завдання дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

2.1. Мета вивчення дисципліни

Культура у бізнесі – могутній і потужний інструмент управління персоналом. Вона забезпечує довготривалий успіх на ринку товарів і послуг. Її розвиток сприяє гуманізації усіх сфер діяльності, формуванню високої національної ідеї. Дисципліна «Культурні аспекти бізнесу» спрямована на формування у студентів теоретичних і практичних знань з питань сутності, структури, функцій бізнес-культури; з питань ефективної бізнес-взаємодії з людьми різноманітних культур, розкриття змісту і принципів культури бізнесу як важливого компонента соціальної регуляції; вивчення правил ділових стосунків з метою формування розвиненої культури підприємництва, а також сформуванню системи професійних компетенцій, які дозволять їм успішно виконувати функції управління в сучасних компаніях і мати певні конкурентні переваги на ринку праці України.

2.2.Завданнями вивчення дисципліни є:

- вивчити теоретичні основи культури бізнесу, визначити суть, основні принципи, проблеми ділових стосунків;
- розглянути механізм впливу культури на бізнес;
- зрозуміти роль і призначення морально-етичні та психологічних засад культури бізнес-стосунків
- засвоїти основні поняття і розкрити принципи ділового спілкування як елемент ділової культури;
- зрозуміти і узяти на озброєння роль і значення іміджу фірми та ділового етикету для службової діяльності ділових людей.
- аналізувати культурні особливості українських та міжнаціональних бізнес-комунікацій.
- освоїти культурний, суспільно-політичний та соціально-економічний простори буття, включаючи бізнес-сферу.

Розуміння і врахування етичних та соціально-психологічних компонентів сучасних бізнес-стосунків – чинник якісної аналітики комунікацій у бізнес-середовищі, запорука продуктивної діяльності професіонала – представника інформаційного суспільства, необхідна умова підтримки позитивного морально-психологічного клімату в просторі ділових контактів будь-якої організації.

Вимоги до знань і вмінь

Значна увага приділяється практичному, прикладному характеру дисципліни, що дасть можливість кожному студентові визначити шляхи формування власного науково-дослідницької діяльності, розвитку особистісного творчого потенціалу для майбутньої професійної діяльності, сучасного менеджера інформації.

У результаті вивчення дисципліни **студент повинен знати**

- основні історичні, національні, етичні, психологічні та інші чинники, що впливають на ділові стосунки у бізнес-середовищі;
- професійну культуру ділового спілкування у внутрішньо-корпоративному середовищі та міжнаціональних бізнес-комунікацій;

- механізми впливу культури на бізнес;
- свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свободи людини і громадянина в Україні.

Студент повинен вміти:

- 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.
- підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.
- аналізувати культурні особливості українських та міжнаціональних бізнес-комунікацій;
- бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді
- самостійно працювати над темою за вказаними джерелами, знаходити спеціальну літературу, проводити наукові дослідження по заданій тематиці.

3. Програма навчальної дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

Змістовий модуль 1. Місце і роль культури бізнесу в сучасному суспільстві

Тема 1. Предмет, мета і завдання курсу. Основні положення бізнес-культури.

Предмет, мета і завдання навчального курсу. Місце дисципліни у системі професійного навчання студентів ОПП «Документознавство та інформаційна діяльність». Зв'язок курсу з іншими навчальними дисциплінами.

Сутність поняття «культура», «бізнес» та «бізнес-культура», історія розвитку ділової культури. Основні складові та функції бізнес-культури. Процес формування і розвитку бізнес-культури. Важелі формування бізнес-культури.

Тема 2. Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків

Сучасна етика-бізнесу. Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу. Етичний кодекс бізнесу. Види і функції етичних кодексів. Всесвітні принципи етичної поведінки в бізнесі. Найпоширеніші різновиди поведінки в бізнесі у діловій сфері («акули бізнесу», «дельфіни»). Рівні етики бізнесу: світовий, макро-, мікрорівні.

Тема 3. Підприємництво і бізнес-культура

Процес формування складу учасників бізнесу. Критерії підбору команди учасників бізнесу. Етика відносин фірми і найманого працівника. Моральні аспекти у структурі відносин «фірма-найманий працівник». Самоменеджмент особистості. Управління власним часом. Управління розвитком своєї особистості. Управління розвитком власного життя й кар'єри

Тема № 4. Психологічні засади культури бізнес-стосунків

Соціальна відповідальність, відносини з підлеглими, діловими партнерами та конкурентами. Психологічні основи підприємства та характерні риси підприємця. Управління колективом або мудрий менеджмент. Мотивація діяльності: управління, стратегії, методи, концепції .

Тема 5. Організаційна культура і корпоративний патріотизм

Організація культури і організаційна культура. Поняття організаційної культури. Практичні аспекти організаційної культури. Рівні та елементи організаційної культури. Типології організаційних культур.

Тема 6. Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі

Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу. Національна ділова культура і параметри крос-культурних відмінностей. Особливості української бізнес-культури. Етика бізнесу в Європі (Велика Британія, Франція, Німеччина, Іспанія, Італія). Специфіка етики бізнесу у Північній Америці (США, Канада). Особливості національного етикету в азійських державах (Китай, Японія, арабський світ). Національний характер. Національні традиції та їх значення у діловому спілкуванні.

Змістовий модуль 2. Репутація фірми та діловий бізнес-етикет

Тема 7. Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу

Корпоративна культура: суть, складові, функції. Соціальна відповідальність як елемент корпоративної репутації. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Національні стратегії з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Корпоративна репутація та корпоративний імідж. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.

Тема 8. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори в бізнесі. Нетворкінг бізнесу

Ділове спілкування як елемент ділової культури. Організація взаємодії ділових партнерів. Соціальні типи в діловому спілкуванні. Правила етикету у невербальній комунікації. Міжнародні відмінності невербального спілкування. Нетворкінг бізнесу. Етика спілкування у мережі Інтернет. Нетворкінг в інтернет-просторі. Специфіка роботи через перекладача. Ділове спілкування з журналістами. Особливості публічного виступу по радіо та на телебаченні. Організація та проведення нарад. Виступ на бізнес зборах.

Тема 9. Імідж фірми, Бізнес-дизайн, репутації фірми (publicrelation). Ділова атрибутика підприємства.

Поняття «імідж», «репутація». Складові репутації та іміджу компанії. Способи формування іміджу, його значення в сучасних умовах. Бізнес-дизайн та його значення для підвищення бізнес-культури підприємства. Створення сприятливої репутації своїй фірмі (publicrelation). Правила виготовлення візитних карток, розробка брендів, логотипів, порт фоліо тощо. Рекламна та інтернет-продукція. Корпоративна візитна картка. Ділові подарунки. Діловий одяг. Фірмовий одяг.

Тема 10. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі

Бізнес-етикет: його сутність, правила, функції. Основні види етикету. Головні історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища. Міжнародний бізнес-етикет. Підготовка та проведення ділових зустрічей. Домовленість про ділову зустріч. Підготовка приміщень. Зустріч делегацій. Привітання. Розміщення учасників зустрічі. Офіційна мова. Класифікація ділових прийомів, їх організація та проведення. Формальні та неформальні ділові прийоми. Сервіровка столу. Подарунки, сувеніри, квіти у ділових відношеннях.

Тема 11. Культурні аспекти рекламної діяльності.

Поняття етики реклами та етичної рекламної діяльності. Основні функції реклами. Культура і реклама в інформаційному суспільстві. Основні принципи реклами, правила, заборони та обмеження. «Нечесна» реклама, «оманлива» реклама. Копірайтинг. Управління рекламною діяльністю.

Тема 12. Конфлікти в бізнесі та культурні шляхи їх подолання.

Природа конфліктів в організації, їх зміст і види. Причини конфліктів і їх усунення. Роль керівника в конфліктних ситуаціях. Принципи і методи управління конфліктами. Формування позитивного мікроклімату на підприємстві та профілактика конфліктних ситуацій. Просторові межі конфлікту. Динаміка конфлікту, етапи конфлікту. Інцидент. Конфліктогени. Етичні способи управління конфліктом, його діагностика та попередження. Компроміс, стилі вирішення конфліктів у бізнесі. Медіація – нова культура діалогу.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни
«Культурні аспекти бізнесу»
(денна форма навчання)**

Тема	Кількість годин					
	Лекції	Прак-тичні заняття	Індивіду-альна робота	Тренінг, КПЗ	Само-стійна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Місце і роль культури бізнесу в сучасному суспільстві						
Тема 1. Предмет, мета і завдання курсу. Основні положення бізнес-культури.	2	1	–	3	8	Тестування, робота в групах,
Тема 2. Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків	2	1	–		9	Поточне опитування, проведення дискусій
Тема 3. Підприємництво і бізнес-культура	2	1	–		8	Завдання, поточне опитування
Тема 4. Психологічні засади культури бізнес-стосунків	2	1	–		10	Робота в групах, кейси
Тема 5. Організаційна культура і корпоративний патріотизм	2	1	–		8	Завдання, тестування
Тема 6. Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі	4	1	1		8	Оцінювання результатів презентації, робота в групах
Змістовий модуль 2. Репутація фірми та діловий бізнес-етикет						
Тема 7. Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу	2	2	–	3	8	Тестування, дискусія
Тема 8. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори в бізнесі. Нетворкінг бізнесу	4	2	–		8	Поточне опитування, дискусія
Тема 9. Імідж фірми, Бізнес-дизайн, репутації фірми (publicrelation). Ділова атрибутика підприємства.	2	1	–		8	Робота в групах
Тема 10. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі	2	1	1		8	Мозковий штурм, тестування
Тема 11. Культурні аспекти рекламної діяльності.	2	1	–		8	Робота в групах
Тема 12. Конфлікти в бізнесі та культурні шляхи їх подолання.	2	1	1		8	Поточне опитування
Разом	28	14	3	6	99	Залік

(заочна форма навчання)

Тема	Кількість годин						
	Лекції	Практичні заняття	Сам. робота	Контрольні заходи			
Змістовий модуль 1.							
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБИГУ							
Тема 1. Предмет, мета і завдання курсу. Основні положення бізнес-культури.	2	1	10	Поточне опитування, практичні завдання			
Тема 2. Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків			12				
Тема 3. Підприємництво і бізнес-культура			12				
Тема 4. Психологічні засади культури бізнес-стосунків	2	1	10		Поточне опитування, практичні завдання		
Тема 5. Організаційна культура і корпоративний патріотизм			12				
Тема 6. Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі			12				
Тема 7. Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу	2	1	10			Поточне опитування, практичні завдання	
Тема 8. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори в бізнесі. Нетворкінг бізнесу.			12				
Тема 9. Імідж фірми, Бізнес-дизайн, репутації фірми (publicrelation). Ділова атрибутика підприємства.			12				
Тема 10. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі	2	1	12				Поточне опитування, практичні завдання
Тема 11. Культурні аспекти рекламної діяльності.			12				
Тема 12. Конфлікти в бізнесі та культурні шляхи їх подолання.			12				
<i>Підсумковий контроль</i>	8	4	138	Залік			

5. Тематика практичних завдань

Практичне заняття № 1

Тема: Основні положення бізнес-культури. Морально-етичні засади культури бізнес-стосунків

Мета: аналіз співвідношення загальнолюдської культури й культури бізнесу; формування системи знань про сучасну бізнес-етику.

Питання для обговорення:

1. Сутність поняття «культура», «бізнес» та «бізнес-культура»
2. Історія розвитку ділової культури. Основні складові та функції бізнес-культури.
3. Процес та важелі формування і розвитку бізнес-культури.
4. Сучасна етика-бізнесу. Соціальна відповідальність як складова сучасної моделі бізнесу.
5. Етичний кодекс бізнесу. Види і функції етичних кодексів. Всесвітні принципи етичної поведінки в бізнесі.
6. Найпоширеніші різновиди поведінки в бізнесі у діловій сфері («акули бізнесу», «дельфіни»).
7. Рівні етики бізнесу: світовий, макро-, макрорівні.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Дайте інтерпретацію висловлювань: «Пристойність – це найменш важливий із усіх законів суспільства і найбільш шанований» (Ф. Ларошфуко);

«Бізнес – це мистецтво витягувати гроші з чужої кишені, не вдаючись до насилля» (М. Амстердам).

Етичні категорії в бізнесі.

Практичне заняття № 2

Тема: Підприємництво і бізнес-культура. Психологічні засади культури бізнес-стосунків

Мета: формування системи знань про психологічні аспекти культуру бізнесу та ділових стосунків

Питання для обговорення:

1. Соціальна відповідальність, відносини з підлеглими, діловими партнерами та конкурентами.
2. Процес формування складу учасників бізнесу. Критерії підбору команди учасників бізнесу. Етика відносин фірми і найманого працівника.
3. Психологічні основи підприємства та характерні риси підприємця. Управління колективом або мудрий менеджмент.
4. Мотивація діяльності: управління, стратегії, методи, концепції.
5. Самоменеджмент особистості. Управління власним часом. Управління розвитком своєї особистості. Управління розвитком власного життя й кар'єри.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Тімблдінг – основа міцного колективу компанії. Види тімблдіngu.

Дискримінація при наймі та її уникнення.

Винахідлива мотивація. Секрети успішних компаній.

Практичне заняття № 3

Тема: Організаційна культура і корпоративний патріотизм. Організаційна поведінка в міжнародному бізнесі

Мета: формування системи знань про національну ділову культуру і параметри крос-культурних відмінностей

Питання для обговорення:

1. Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу.
2. Специфіка етики ділового спілкування в Європі (Велика Британія, Франція, Німеччина, Іспанія, Італія).
3. Особливості етики бізнесу у Північній Америці (США, Канада).
4. Національний бізнес-етикет в азійських державах (Китай, Японія, арабський світ).
5. Національні особливості етики бізнесу в Україні.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Принципи організації міжнародних комунікацій.

Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу. Національна ділова культура і параметри крос-культурних відмінностей.

Як риси національного характеру українців впливають на поведінку у бізнес-середовищі?

Практичне заняття № 4

Тема: Корпоративна культура організацій як складова розвитку бізнесу

Мета: формування системи знань про суть корпоративної культури в умовах глобалізації, її роль в загальній системі цінностей

Питання для обговорення:

1. Поняття «корпоративна культура», її суть, складові, функції.
2. Місце й функції керівника в системі корпоративних відносин.
3. Корпоративні заходи як інструмент мотивації, їх цілі, функції, способи організації.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Методи діагностики корпоративної культури.

Основні принципи тайм-менеджменту, його структура, техніка.

Корпоративний гумор.

Практичне заняття № 5

Тема: Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури та міжнародні переговори. Нетворкінг бізнесу.

Мета: формування системи знань про міжнародний та український бізнес-етикет та про культуру спілкування та взаємодії ділових партнерів.

Питання для обговорення:

1. Бізнес-етикет: його сутність, правила, функції.
2. Підготовка та проведення ділових зустрічей (домовленість про ділову зустріч. Підготовка приміщень. Зустріч делегацій. Привітання. Розміщення учасників зустрічі. Офіційна мова. Класифікація ділових прийомів, їх організація та проведення. Формальні та неформальні ділові прийоми. Подарунки, сувеніри, квіти у ділових відносинах.)

3. Комунікації у бізнесі. Ділове спілкування як елемент ділової культури. Різновиди ділового спілкування (ділова розмова по телефону, спілкування з журналістами, публічний виступ у ЗМІ, організація та проведення нарад).
4. Техніка ділового спілкування (уміння говорити, слухати, формулювати питання, правильно вказувати на помилки, реагувати на критику та ін.)
5. Правила етикету у невербальній комунікації. Міжнаціональні відмінності невербального спілкування.
6. Нетворкінг бізнесу.

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Головні історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища. Міжнародний бізнес-етикет. Український бізнес-етикет.

Етика спілкування у мережі Інтернет. (правила користування електронною поштою; етикет телеконференцій; етикет веб-сторінок).

Практичне заняття № 6

Тема: Імідж фірми та ділова атрибутика підприємства. Діловий етикет як основа поведінки у бізнес-середовищі

Мета: формування системи знань про імідж фірми, бізнес-дизайн та публік рілейшнзв сучасних умовах введення бізнесу

Питання для обговорення:

1. Поняття «імідж», «репутація», «гудвіл». Складові репутації та іміджу компанії.
2. Способи формування іміджу, його значення в сучасних умовах.
3. Бізнес-дизайн та його значення для підвищення бізнес-культури підприємства.
4. Створення сприятливої репутації своїй фірмі (public relation)
5. Ділова атрибутика підприємства (візитні картки, бренди, логотипи, порт фоліо, рекламна та інтернет-продукція).

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Імідж ділової людини. Діловий одяг.

Практичне заняття № 7

Тема: Культурні аспекти рекламної діяльності. Конфлікти в бізнесі та способи їхнього подолання

Мета: набуття теоретичних знань і практичних навичок щодо управління рекламною діяльністю і її вплив на бізнес; набуття знань про технології попередження та усунення бізнес-конфліктів

Питання для обговорення:

1. Основні функції реклами: інформування, переконання і нагадування.
2. Культура і реклама в інформаційному суспільстві.
3. Основні принципи етичної реклами, правила, заборони та обмеження.
4. «Нечесна» реклама, «оманлива» реклама.
5. Копірайтинг.
6. Природа конфліктів в організації, їх зміст і види.
7. Причини конфліктів і їх усунення. Роль керівника в конфліктних ситуаціях.
8. Принципи і методи управління конфліктами.

9. Формування позитивного мікроклімату на підприємстві та профілактика конфліктних ситуацій.

10. Медіація – це нова культура діалогу

Питання, винесені на самостійне опрацювання

Управління рекламною діяльністю.

Що означає вислів «створення шкідливих стереотипів у рекламі»? Приклади таких стереотипів.

Профілактичні заходи для попередження конфліктів. Основні чинники, що дестабілізують морально-етичний клімат у колективі.

Техніки та методи медіації.

6. Самостійна робота

Самостійна робота студентів є основним способом оволодіння навчальним матеріалом у вільний від обов'язкових занять час. Головна мета проведення самостійної роботи полягає у необхідності більш детальнішого розгляду тематики курсу з використанням рекомендованих матеріалів і виконанням практичних завдань.

Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим планом в межах встановленого обсягу годин із навчальної дисципліни, методичними вказівками викладача. Навчальний матеріал з дисципліни, передбачений для засвоєння студентом у процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні навчальних занять.

Самостійна робота студентів із дисципліни «Культурні аспекти бізнесу» передбачає:

- активний діалог між викладачем та студентом у процесі навчальної діяльності;
- опрацювання навчальної літератури з курсу;
- самостійне вивчення окремих питань з дисципліни;
- виконання практичних завдань;
- підготовка письмових повідомлень (рефератів, повідомлень, доповідей статей, тез тощо);
- виконання творчих завдань (складання кросвордів, тестів, підготовка до тренінгів та ін.)

Перелік питань, винесених на самостійне вивчення

№ п/п	Тематика
1.	Етичні категорії в бізнесі.
2.	Дайте інтерпретацію висловлювань: «Пристойність – це найменш важливий із усіх законів суспільства і найбільш шанований» (Ф.Ларошфуко); «Бізнес – це мистецтво витягувати гроші з чужої кишені, не вдаючись до насилля» (М.Амстердам).
3.	Тімблдінг – основа міцного колективу компанії. Види тимблдингу.
4.	Дискримінація при наймі та її уникнення
5.	Винахідлива мотивація. Секрети успішних компаній
6.	Фактори, що впливають на спільне ведення бізнесу. Національна ділова культура і параметри крос-культурних відмінностей.
7.	Принципи організації міжнародних комунікацій
8.	Як риси національного характеру українців впливають на поведінку у бізнес-середовищі?
9.	Методи діагностики корпоративної культури.
10.	Основні принципи тайм-менеджменту, його структура, техніка.
11.	Корпоративний гумор.
12.	Головні історичні етапи становлення етикету як соціокультурного явища. Міжнародний бізнес-етикет. Український бізнес-етикет.

13.	Етика спілкування у мережі Інтернет. (правила користування електронною поштою; етикет телеконференцій; етикет веб-сторінок).
14.	Імідж ділової людини. Діловий одяг.
15.	Управління рекламною діяльністю.
16.	Що означає вислів «створення шкідливих стереотипів у рекламі»? Приклади таких стереотипів.
17.	Профілактичні заходи для попередження конфліктів.
18.	Основні чинники, що дестабілізують морально-етичний клімат у колективі.
19.	Техніки та методи медіації

7. Тренінг та КПЗ

Сучасний бізнес усе частіше звертається до більш широких методів, що ставлять за мету розвиток професійно важливих якостей особистості працівника. Метою проведення тренінгу є створення неформального, невимушеного спілкування, яке відкриває перед групою студентів варіанти аналізу рівня сформованості, перспективи розвитку і проблеми (якщо є) мовленнєвої компетенції кожного та спрямує на вміння працювати в команді та з командою.

Поширеними видами бізнес-тренінгу є: тренінг продажів, тренінг телефонних продажів, тренінг керування, тренінг командоутворення, тренінг комунікації, тренінг презентації, бізнес-симуляція, тренінг ухвалення ефективних рішень тощо.

Тренінг проводиться у формі круглого столу на тему *«Три джерела успішного росту Власної Справи»*

Порядок проведення:

1. Пошук студентами три компоненти, необхідних для ефективного життя. Кожен з компонентів важливий і без нього формула успіху не працює.
2. Розробка атрибутів та верифікації джерела у формі презентаційних матеріалів.
3. Підготовка до публікації у збірнику студентської конференції.

Одним із видів навчання, спрямованих на формування ділових навиків та вмінь є *Ділова гра «Ефективні переговори»* використовується з метою навчання вести ділові переговори у сфері бізнесу, керівництва організаціями та в інших сферах, що потребують прийняття важливих комунікативних рішень. Одними з важливих якостей на переговорах є вміння переконувати, визначати інтереси опонента і спиратись на них.

У діловій грі *«Безлюдний острів»*, відпрацьовують процеси спонтанного утворення команди, формування лідерів, етапи розвитку команди тощо. Важливу роль у тренінгу відіграє відпрацювання різних рівнів спілкування у команді (зовнішньо формального та внутрішньо психологічного). Для повноцінного функціонування потрібен розвиток обох рівнів і чітке розмежування функцій між ними. Ефективними методами роботи на даному тренінгу виступають методи дії від ігрового розігрування ситуацій до повноформатної соціодрами.

Використання тренінгу дає можливість студентам отримати не тільки потрібні знання та уміння, але й сформувати систему професійних компетентностей які дозволять їм успішно виконувати функції управління в сучасних компаніях і мати певні конкурентні переваги на ринку праці України.

Комплексне практичне індивідуальне завдання з дисципліни «Культурні аспекти бізнесу»

Комплексне практичне індивідуальне завдання є видом поза аудиторної роботи студентів і виконуються ними самостійно у вигляді презентації з використанням новітніх інформаційно-комунікаційних засобів.

Метою КПЗ є оволодіння навичками самостійного вивчення програмового матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, стимулювання творчості студентів і закладання підвалин для їх подальшої науково-дослідної роботи. Виконання КПЗ – важлива та обов'язкова складова курсу, один із залікових кредитів із дисципліни *«Культурні аспекти бізнесу»*

Електронна презентація (лат. praesento – передаю) – це інноваційний спосіб публічного подання інформації за допомогою мультимедійних технологій, які уможливають одночасне зорове, слухове, кінестетичне сприйняття інформації.

Підготовка якісної презентації здійснюється поетапно:

1 етап – концептуальне проектування: формування концепції, образу аудіовізуального продукту, визначення його структури, змістової спрямованості, мети, складання сценарію презентації та ескізу продукту, вибір форми та стилю подання наукової інформації;

2 етап – власне проектування: створення шаблонів, заготовок слайдів й основних інформаційних компонентів (текстових фрагментів, графічних об'єктів), наповнення їх відповідним змістом;

3 етап – реалізація задуму: виголошення наукової доповіді з використанням технічних засобів наочності;

4 етап – аналіз результатів: самооцінка й оцінювання учасниками.

Найважливіші принципи розроблення електронних презентацій:

- *оптимальний обсяг*: слайди мають виконувати функцію доповнення, уточнення інформації, тому не повинно бути некоментованих слайдів; велика кількість слайдів викликає втому і відволікає від суті дослідження;

- *урахування інтелектуального горизонту аудиторії* (рівня підготовленості публіки): кожне слово, твердження, поняття, схема, графік повинні бути зрозумілими присутнім; абстрактні положення потрібно супроводжувати конкретними фактами, цитатами, відеофрагментами;

- *науковість і достовірність*: інформація у вигляді яскравих динамічних зображень не повинна суперечити чи спотворювати реальні факти, має бути однозначною, текстові матеріали повинні бути грамотними;

- *логічність*: між поданим у вигляді тверджень та ілюстрацій матеріалом, викладеними поняттями повинні легко простежуватися причинно-наслідкові зв'язки; кожна частина аудіовізуальної інформації має бути завершеним мікроповідомленням;

- *урахування особливостей «екранної комунікації»* (сприйняття інформації з екрана): читання є тривалішим процесом, аніж споглядання, тому текстову інформацію слід мінімізувати, натомість скористатися схемами, діаграмами, рисунками, фотографіями, анімацією, фрагментами фільмів; повинен бути продуманий темпоритм появи різних елементів презентації, їх послідовності, використання анімаційних прийомів (ефектів раптовості, плинності, мерехтіння тощо);

- *естетичність*: розмір шрифту текстового матеріалу повинен бути таким, щоб літерна інформація добре сприймалася навіть у великому приміщенні; домірність кольорів, витриманість стилю в оформленні слайдів, тон не повинен відволікати увагу від розташованого на ньому тексту.

Оцінюється електронна презентація за такими критеріями:

- логічність у викладі наукової інформації;
- якість оформлення матеріалів;
- відповідність форми і змісту;
- ступінь емоційного впливу на аудиторію.

Під час виконання роботи студент має використовувати вітчизняні та зарубіжні інформаційні матеріали, самостійно проводити пошук документальної та фактографічної інформації, систематизувати та узагальнювати дані, виявляти ключові моменти формулюючи власні погляди на явища, події та процеси. Захист КПЗ відбувається у встановлені терміни відповідно до робочого плану курсу та затвердженого графіку модульного контролю.

Варіанти КПЗ

1. Сучасні погляди на місце етики у бізнесі.
2. Етичні категорії в бізнесі.
3. Культура бізнесу як складна динамічна система, що розвивається.
4. Культура та етика підприємництва.
5. Моральні чесноти і вади.
6. Моральна відповідальність.
7. Моральний зміст категорії «справедливість»: історія і сьогодення.
8. Совість як етична категорія.
9. Етичні норми і принципи сучасного бізнесу.
10. Поняття професійної етики. Сутність професійної моралі.
11. Універсальні принципи моралі як регулятор поведінки фахівця.
12. Професійний моральний кодекс. Види і функції етичних кодексів.
13. Етичний кодекс бізнесу, його роль у вирішенні моральних питань організації і управлінні діловими відносинами.
14. Види етичних кодексів і сфери їх застосування. Етичний кодекс бізнесмена.
15. Національні особливості культури бізнесу у Великій Британії.
16. Національні особливості культури бізнесу у Німеччині.
17. Національні особливості культури бізнесу у Франції.
18. Національні особливості культури бізнесу в Іспанії.
19. Національні особливості культури бізнесу в Італії.
20. Національні особливості культури бізнесу у США.
21. Національні особливості культури бізнесу у Канаді.
22. Національні особливості культури бізнесу в Японії.
23. Національні особливості культури бізнесу у Китаї.
24. Національні особливості культури бізнесу в Україні
25. Морально-етичний клімат у колективі та чинники, що його дестабілізують.
26. Корпоративний гумор.
27. Підприємницька етика й етикет ділового спілкування.
28. Правила етикету у невербальній комунікації. Міжнаціональні відмінності невербального спілкування.
29. Діловий етикет як складова корпоративної культури.
30. Норми ділового етикету при використанні сучасної ділової техніки: телефонів, автовідповідачів, факсів, персональних комп'ютерів, мобільних телефонів.
31. Культура кореспонденції.
32. Сетікет: основні правила поведінки в мережі Інтернет.
33. Етика користування мобільним зв'язком.
34. Основні принципи тайм-менеджменту, його структура, техніка.
35. Етичні установки, діловий протокол.
36. Міжнародний бізнес-етикет.

37. Український бізнес-етикет.
38. Конфлікти в бізнесі та способи їхнього подолання
39. Природа конфліктів в організації, їх зміст і види.
40. Конфлікти у системі управління та способи їх подолання.
41. Корпоративні конфлікти та їх значущість.
42. Засоби регулювання конфліктних ситуацій (у колективі, на підприємстві).
43. Методи вирішення бізнес-конфліктів конкуруючих підприємств.
44. Конфлікти у сімейному бізнесі.
45. Міжнародні конфлікти: поняття, причини, засоби та методи подолання.
46. Поняття етики реклами та етичної рекламної діяльності.
47. Етика і реклама в інформаційному суспільстві.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Культура бізнесу» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;

Для активізації процесу навчання при викладенні змісту дисципліни використовуються різноманітні методи навчання, а саме: методи стимулювання та мотивації навчально-пізнавальної діяльності; методи організації й здійснення навчально-пізнавальної діяльності; методи навчання за джерелом знань (словесні, наочні, практичні).

Зокрема, студенти отримують необхідні з курсу відомості на *проблемних лекціях*, спрямованих на розвиток логічного мислення студентів. Під час таких форм роботи ознайомлення з темою відбувається шляхом акцентування лектором уваги на проблемних питаннях; увага студентів концентрується на матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках; розглядаються різні концептуальні підходи до проблеми.

Робота в малих групах дає змогу структурувати семінарські заняття за формою й змістом, створює можливості колективного вирішення проблем, забезпечує формування особистісних якостей і досвіду соціального спілкування.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками учасників з приводу проблемних питань; сприяють розвитку критичного мислення студентів, виробленню вміння аргументувати власну думку; вчать оцінювати пропозиції співрозмовників, критично підходити до власних поглядів.

Мозкова атака як метод розв'язання невідкладних завдань полягає в тому, щоб за обмежений час студенти могли запропонувати якомога більше варіантів вирішення проблеми та здійснити відбір найоптимальніших.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій – дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціаліста та передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків у процесі опанування навчального матеріалу.

Презентації використовують для демонстрації аудиторії результатів роботи малих груп, звітів про виконання самостійної роботи тощо.

Банк візуального супроводження сприяє активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності. Лекції та семінарські заняття забезпечуються відповідними мультимедійними презентаціями; забезпечується доступ студентів до комп'ютерної техніки та Інтернету.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів і перескладання. Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів та екзаменів заборонено.

Політика щодо відвідування. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, воєнний стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Культура бізнесу» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (Тренінг, КППЗ)
30%	40 %	30%
1. Усне опитування під час занять (6 тем по 5 балів = 30 балів) 2. Письмова робота 70 балів	Усне опитування під час занять (6 тем по 5 балів = 30 балів) 2. Письмова робота 70 балів	1. Підготовка КППЗ – max 40 балів. 2. Захист КППЗ – max 40 балів 3. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів

Шкала оцінювання

Підсумковий бал	Оцінка за традиційною шкалою
	залік
90-100	зараховано
89-70	
60-69	
26-59	не зараховано
1-25	

10. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійний проектор	1-12
2	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft)	1-12
3	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі онлайн (за необхідності)	1-12
4	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-12

11. Рекомендовані джерела інформації

1. **Oleksandra Patryak.** The culture of doing business in Slavic countries: comparative aspect. Culture in the spiritual life of Slavic Nations. Ružomberok: VERBUM - vydavateľstvo KU, 2021. 387 p. P. 225-235
2. Wackowski K., Blyznyuk T. Modern Ukrainian and Polish business cultures: G. Hofstede's classification. *Економічний часопис-XXI*. 2017, №165 (5-6), С. 71-74. URL: <http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/DOI/ea-V165-15.pdf>.
3. Добрава Н.В. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М. О., 2018. 305 с.
4. Жалдак Г.П. Проблеми та перспективи розвитку старапів в Україні. [Електронний ресурс] / Г. П. Жалдак/Інфраструктура ринку: електронний науково-практичний журнал. - Електронні дані. - [Одеса: причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. 2019.-вип. 32]. URL: http://marketinfr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/18.pdf 62.
5. Комунікаційні технології [Текст] : підручник / О. М. Холод. К. : ЦУЛ, 2018. 212 с. Режим доступу : http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2018/літк/Комунікаційні_технології.pdf.
6. Мельников А.М. Основи організації бізнесу: навч. посіб. / за заг. Ред. А.М. Мельникова Мельников А.М., А. Коваленко, Н.Б. Пундяк К.: Центр учбової літератури, 2013. 200 с.
7. Муха Р.А. Бізнес-культура, сутність та основні характеристики. *Ефективна економіка*. 2018, №8. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2018/33.pdf
8. Олексенко Я.А, (2019) Соціально-економічний зміст та передумови становлення корпоративної культури на підприємстві. Науковий вісник Херсонського державного університету http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_33/25.pdf
9. Отенко І. П., Чепелюк М. І., Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти : монографія. 2018 . Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
10. **Патряк О.Т.** Вплив культури та релігії на ведення бізнесу. Міжрелігійний діалог та його вплив на суспільство, політику, бізнес, культуру: зб. Матеріалів міжнародної наукової конференції, Тернопіль, 13 жовтня 2021 р. / під заг.ред.: О. Є. Гомотюк. Тернопіль: ФОП Осадца Ю.В., 2021. 273 с. С. 78–81.
11. **Патряк О.Т.** Крос-культурні комунікації у процесі введення бізнесу. Інформація та соціум: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції / редкол.: О. М. Анісімова (голова), О.Є. Гомотюк та ін. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса. 2021. <https://jias.donnu.edu.ua/article/view/11422>
12. Педько А. Б. Основи підприємництва і бізнес-культури: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 168 с.
13. Підприємництво і бізнес-культура : курс лекцій / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. ТуганБарановського, каф. підпр. і торгівлі ; О.В. Роженко. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. 220 с.
14. Серікова О.М. Соціальна відповідальність партнерів трудових відносин як чинник раціонального використання трудового потенціалу: теоретико-методологічний підхід. *БізнесІнформ*. 2013. № 11. С.237.

15. Соціокультурна діяльність [Текст] : навч. посіб. / Н. В. Кочубей. Суми: Університетська книга, 2017. – 122 с. – Режим доступу: <http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2015/літс/Соціокультурна діяльність.pdf>.
16. Соціокультурні та політичні пріоритети української нації в умовах глобалізації [Текст] : щоріч. наук. пр. / відп. за вип. Т. В. Гончарук. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. 504 с. Режим доступу : <http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2018/літс/Соціокультурні та політичні.pdf>.
17. Соціологія культури [Текст] : навч. посіб. / О. М. Семашко, В. М. Піча, О. І. Погорілий [та ін.] ; за ред. О. М. Семашка, В. М. Пічі. 2-ге вид., стер. Львів : Новий Світ - 2000, 2019. 360 с. (Вища освіта в Україні). Режим доступу : <http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2018/літс/Соціологія культури.pdf>.
18. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. 2017. Львів: Кальварія. URL: <http://econom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf>
19. Філіна А. П. Культурний простір: основні його види та культурна діяльність суспільства щодо задоволення соціокультурних потреб громадян. Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство. 2016. Вип. 1. С. 82–86. –[Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mvkfm_2016_1_18
20. Шестаковський О. П. Білоус Є. В. Базові культурні особливості українського суспільства і можливості їх використання для соціально-економічного розвитку. 2015. 36 с URL: <https://www.academia.edu/10452367/ШестаковськийО.П. Білоус Є.В.Базові>