

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

ФТД.01 Основы корпоративной этики

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

21.03.01 Нефтегазовое дело

Направленность (профиль)

21.03.01.32 Эксплуатация и обслуживание объектов добычи нефти

Форма обучения

очная

Год набора

2020

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили \_\_\_\_\_

к.тн, Доцент, Волков В.Г.

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью освоения дисциплины «Основы корпоративной этики» является приобретение студентами компетенций в области управления корпоративной культурой и нравственной саморегуляции профессиональной деятельности.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

После изучения дисциплины «Основы корпоративной этики» студенты приобретают знания, умения и опыт, соответствующие результатам освоения основной образовательной программы по направлению подготовки 21.03.01 «Нефтегазовое дело». Дисциплина направлена на подготовку выпускников, способных понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы деловой этики и корпоративной культуры, владеющих знаниями о технологиях управления корпоративной культурой, своей профессией, этике сферы бизнеса и рекламы, управленческой этике, и умеющих их использовать в практической деятельности.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</b>	
УК-3.1: Знать: - основные приемы и нормы социального взаимодействия; - основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.	
УК-3.2: Уметь: - устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; - применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.	
УК-3.3: Владеть: - простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде.	
<b>УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной</b>	

<b>формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</b>	
УК-4.1: Знать: - принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном языках; - правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации.	
УК-4.2: Уметь: - применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках.	
УК-4.3: Владеть: - навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; - навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; - методикой составления суждения в межличностном деловом общении на русском и иностранном языках.	
<b>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b>	
УК-6.1: Знать: - основные приемы эффективного управления собственным временем; - основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни.	
УК-6.2: Уметь: - эффективно планировать и контролировать собственное время; - использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения.	

УК-6.3: Владеть: - методами управления собственным временем; - технологиями приобретения, использования	
и обновления социо-культурных и профессиональных знаний, умений и навыков; - методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни.	

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1 (36)</b>	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
практические занятия	0,5 (18)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1 (36)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1. Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции.</b>									
	1. Этика как явление духовной культуры. Специфика нравственной регуляции общественных отношений. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология. Профессиональная мораль - средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности	2,25							
	2. Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции			2,25					
	3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям							4,5	
<b>2. Концепция культуры организации. Структура корпоративной культуры.</b>									

1. Соотношение понятий культура, этика, этикет. Понятие «корпоративная культура» и ее принципы. Западная и восточная деловые культуры. Типы корпоративной культуры: иерархическая, рыночная, клановая, адхократическая. Необходимость управления культурой организации. Основные концепты, ассоциируемые с культурой (цели, ценности, миссия, символы, традиции и другие). Взаимодополняемость поверхностного и глубинного уровней культуры. Культурная парадигма как совокупность представлений об отношениях. Модели и типы корпоративных культур. Виды культур: доминирующая культура, субкультуры и контркультуры организации.	2,25							
2. Концепция культуры организации. Структура корпоративной культуры			2,25					
3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям							4,5	
<b>3. Технологии диагностики и управления корпоративной культурой</b>								
1. Динамика изменений организации. Организация на начальной стадии жизненного цикла: становление культуры и лидерство. Проблема преемственности культуры для организации среднего возраста и роль руководителя. Алгоритм построения модели культуры организации. Восприятие культуры организации ее стейкхолдерами. Построения профиля корпоративной культуры и его интерпретация. Валидность инструмента оценки корпоративной культуры.	2,25							
2. Технологии диагностики и управления корпоративной культурой			2,25					



3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям								4,5	
<b>4. Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации</b>									
1. Концептуальные модели имиджа. Репутация и имидж: соотношение понятий. Атрибуты корпоративного имиджа. Основы формирования корпоративного имиджа. Роль корпоративной философии в формировании имиджа. Формы декларирования корпоративной философии. Технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации	2,25								
2. Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации			2,25						
3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям								4,5	
<b>5. Параметры корпоративной репутации</b>									
1. Репутационный менеджмент как одна из задач стратегического управления. Миссия, ценности и история компании - основа репутационной стратегии. Основные принципы формирования внутренней идеологии и корпоративной культуры. Диагностика профилей корпоративных культур. Влияние различных факторов и культур на корпоративную репутацию. Комплексные программы развития корпоративной культуры предприятия.	2,25								
2. Параметры корпоративной репутации			2,25						
3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям								4,5	
<b>6. Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства</b>									

<p>1. Факторы становления концепции корпоративной социальной ответственности (Corporate Social Responsibility, CSR). Корпоративная социальная ответственность (КСО) как приоритет ЕС и ООН. КСО как философия современного бизнеса. КСО и национальные деловые культуры. Социальная ответственность бизнеса: зарубежный и отечественный опыт. Зарубежный опыт развития КСО. Социальные нефинансовые отчеты. Особенности развития КСО в России. Формы и виды социальной ответственности современного бизнеса. Понятие внешней и внутренней КСО.</p>	2,25							
<p>2. Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства</p>			2,25					
<p>3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям</p>						4,5		
<p><b>7. Этические стандарты корпоративного поведения</b></p>								

1. Корпоративный кодекс как способ закрепления стандартов поведения в организации. Функции, содержание и структура корпоративного кодекса. Морально-психологический климат организации. Методы формирования здоровой этической основы деловых отношений в организации. Административная этика или этика служебных взаимоотношений. Деловой имидж сотрудника организации, его составные элементы. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде. «Яппи» или «экспи»: стили самопрезентации представителей деловой бизнес-элиты. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности. Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Корпоративные мероприятия.	2,25							
2. Этические стандарты корпоративного поведения			2,25					
3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям							4,5	
<b>8. Деловые культуры в международном бизнесе</b>								

1. Особенности делового общения представителей различных культур. Классификация деловых культур в международном бизнесе: моноактивные, полиактивные и реактивные (Д.Р. Льюис). Национальные модели корпоративного управления. Значимость учета социокультурной специфики партнеров для повышения эффективности делового сотрудничества. Межкультурная коммуникация и нравственность в транснациональных корпорациях. Становление российской деловой культуры	2,25							
2. Деловые культуры в международном бизнесе			2,25					
3. Изучение теоретического курса, подготовка к практическим занятиям							4,5	
Всего	18		18				36	

## **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Смирнов Г. Н. Этика деловых отношений: учебник(Москва: Проспект).
2. Дементьева А. Г. Основы корпоративного управления: учебное пособие [по направлению "Менеджмент"](Москва: Магистр).
3. Кузнецов И.Н. Корпоративная культура делового общения: главные правила общения и поведения в современном обществе(Москва: АСТ).
4. Милёхина Т. А., Ратмайр Р. Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ: коллективная монография(Москва: Издательский дом ЯСК).

### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. - Microsoft Windows
2. - Microsoft Office
3. - Adobe Acrobat
4. - ESET NOD32.

### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Электронная библиотечная система «СФУ»;
2. Политематическая электронно-библиотечная система «Znanium» изд-ва «Инфра-М»;
3. Политематическая электронно-библиотечная система издательства «Лань»;
4. Политематическая БД российских диссертаций Российской государственной библиотеки;
5. Электронная библиотека РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина;
6. Российские научные журналы на платформе elibrary.ru;
7. Российская БД нормативно-технической документации «NormaCS»;
8. БД нормативно-правовой информации «Консультант плюс».

## **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Специализированная мебель: аудиторные столы и стулья; аудиторная доска.

Технические средства обучения: проектор, экран для проектора, ноутбук с подключением к сети Интернет (неограниченный доступ) и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.