

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

в.о. декана

факультету культури і мистецтв



доц. Гарбузюк М. В.

«04» листопада 2021 р.

ПРАКТИКУМ З КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**до практичних занять і самостійної роботи
для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр»
спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»**

Львів 2021

Розробники:

Л. С. Белінська, кандидат історичних наук, доктор філософії (УВУ), доцент, завідувач кафедри соціокультурного менеджменту;

М. В. Максимчук, доктор економічних наук, старший науковий співробітник, професор кафедри соціокультурного менеджменту;

Л. Б. Сирота, кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціокультурного менеджменту

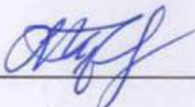
Рецензенти:

О. Т. Риндзак, доктор економічних наук, старший науковий співробітник відділу проблем соціально-гуманітарного розвитку регіонів Державної установи «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України»;

О. Д. Гнаткович, доктор економічних наук, професор, професор кафедри соціокультурного менеджменту Львівського національного університету імені Івана Франка


Методичні рекомендації схвалено

Вченою радою факультету культури і мистецтв,
протокол № 3 від «3» листопада 2021 р.

Голова Вченої ради  доц. Гарбузюк М. В.

Методичні рекомендації розглянуто на засіданні

Науково-методичної ради факультету культури і мистецтв
протокол № 1 від «2» листопада 2021 р.

Голова ради  доц. Гарбузюк М. В.

Методичні рекомендації розглянуто на засіданні

кафедри соціокультурного менеджменту,
протокол № 1 від «31» серпня 2021 р.

Завідувач кафедри  доц. Белінська Л. С.

Практикум з корпоративної культури : методичні рекомендації до практичних занять і самостійної роботи для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» / розроб. Л. С. Белінська, М. В. Максимчук, Л. Б. Сирота. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 37 с.

© Л. С. Белінська, М. В. Максимчук, Л. Б. Сирота, 2021

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Методичні рекомендації до роботи студентів на практичних заняттях	6
Зміст практичних занять.....	8
Методичні рекомендації до самостійної роботи студентів	19
Завдання для самостійної роботи студентів.....	23
Рекомендована література.....	31

ВСТУП

Сучасні дослідження діяльності корпоративного сектору економіки доводять, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, який формується у результаті зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації, на благо усіх зацікавлених сторін. Структурні соціально-економічні зміни, які відбуваються в Україні на сучасному етапі, поступовий перехід до цивілізованих форм ведення бізнесу роблять актуальним питання корпоративної культури, особливо у сфері соціокультурної діяльності. Тому вивчення дисципліни «Практикум з корпоративної культури», зокрема використання цінностей у практичній діяльності організацій культури і мистецтва, проблеми формування позитивного іміджу соціокультурних організацій з метою визначення перспектив їхнього стабільного розвитку в ринкових умовах, є обов'язковим для сучасного менеджера соціокультурної діяльності.

Навчальний курс «Практикум з корпоративної культури» належить до циклу вибіркових дисциплін і вивчається студентами денної та заочної форм навчання у 7 та 8 семестрах.

Мета курсу – на основі використання найновіших здобутків сучасної корпоративної культури та інших галузей знань сформувати у студентів системні знання її наукових основ та глибоке розуміння теоретичних засад і практичних аспектів розвитку цього напряму діяльності у сфері культури, а також оволодіння майбутніми фахівцями навичками самостійної роботи й використання методів, прийомів і технологій корпоративної культури у соціокультурній діяльності.

Цілями курсу є: набуття студентами знань з теоретичних та методологічних основ корпоративної культури, опанування концептуальних положень з роботи та управління об'єктами соціокультурної сфери в умовах ринку; формування в студентів уявлень щодо сутності, функцій та особливостей корпоративної культури, моделювання процесів корпоративної діяльності; оволодіння студентами технологією сучасного корпоративного менеджменту і формування мотиваційних умов використання його на практиці; набуття студентами навичок аналізу корпоративної культури у соціально-культурній сфері та управління процесами надання культурних послуг в умовах ринку; опанування студентами практичного досвіду використання корпоративної культури на основі ознайомлення зі специфікою й здобутками

корпоративного управління у різних складових соціокультурної сфери.

Відповідно до Освітньо-професійної програми 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у результаті вивчення навчальної дисципліни «Практикум з корпоративної культури» студенти повинні набути **компетентностей**:

загальних:

ЗК9. Здатність працювати в команді.

ЗК10. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК14. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК15. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

фахових:

ФК1. Здатність критично усвідомлювати взаємозв'язок між культурними, соціальними та економічними процесами.

ФК9. Здатність дотримуватися норм професійної етики в процесі вирішення соціальних, культурних, економічних питань.

ФК10. Здатність здійснювати ефективні комунікації та розв'язувати конфліктні ситуації у професійній діяльності.

Програмними результатами навчання на курсі, відповідно до Освітньо-професійної програми 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, є:

ПРН5. Оцінювати специфіку застосування принципів управління в соціокультурному менеджменті.

ПРН9. Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.

ПРН11 .Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність.

Для засвоєння змісту дисципліни використовуються такі види занять: лекції та практичні заняття. Програмою також передбачено різні форми самостійної роботи студентів (опрацювання першоджерел, підготовка письмових й усних повідомлень та презентацій тощо).

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО РОБОТИ СТУДЕНТІВ НА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТТЯХ

Відповідно до пункту 4.5 Положення про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті імені Івана Франка від 21 червня 2018 року практичне заняття є одним з основних видів навчальних занять поряд із лекцією, лабораторним, семінарським, індивідуальним заняттям та консультацією.

Практичні заняття проводяться з більшості дисциплін нормативного та вибіркового циклу спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». Курс «Практикум з корпоративної культури» належить до блоку вибірових дисциплін. Загальний обсяг часу, відведеного на практичні заняття при вивченні курсу, відповідно до Навчального плану та Освітньо-професійної програми 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, становить 48 академічних годин, або 24 пари (по 24 години, 12 пар у кожному семестрі) при загальній тривалості курсу 180 академічних годин (по 90 годин кожного семестру).

Практичні заняття включають проведення контролю знань, вмінь і навиків, постановку загальної проблеми (завдання) та її обговорення за участю студентів, розв'язання задач, контрольних завдань.

Практичні заняття проводяться зі студентами академічної групи в аудиторіях, оснащених необхідними технічними засобами навчання.

Перелік тем практичних занять визначає робоча програма навчальної дисципліни. Викладач, який проводить практичні заняття, за узгодженням з лектором розробляє методичне забезпечення: індивідуальні завдання, методичні прийоми розгляду окремих теоретичних положень або розв'язання практичних проблем (завдань), контрольні завдання (тести) тощо.

Практичні заняття допомагають студентам глибше засвоїти навчальний матеріал, отримати навички творчої роботи над першоджерелами і документами. Практичні знання з дисципліни «Практикум з корпоративної культури» не тільки поглиблюють та закріплюють знання, але й розвивають ініціативу, творчу активність, озброюють майбутнього спеціаліста методами аналізу та логічних суджень.

До практичного заняття необхідно ретельно готуватися. Розпочинаючи підготовку до практичного заняття, слід прочитати відповідний матеріал у конспекті лекції. Перед тим як приступити до ви-

вчення літератури, необхідно засвоїти основні питання плану практичного заняття. Знання питань допомагає при читанні швидко знаходити потрібний матеріал до кожного з них. Після цього приступити до роботи над літературними джерелами та джерелами Інтернету. Дуже важливим у цьому контексті є, власне, робота з літературою – підручниками, посібниками, монографіями та науковими статтями (які можуть бути як у паперовому, так і в електронному форматі), а не лише зі «знеособленими» джерелами Інтернету. Роботу слід розпочинати з ознайомлення з розділами основних підручників та посібників, щоби отримати уявлення про місце та значення проблеми, яка виноситься на практичне заняття, у курсі, що вивчається. Потім слід попрацювати з додатковою літературою, роблячи записи з рекомендованих творів. Записи мають першочергове значення при підготовці до практичних занять і самостійній роботі студента. При веденні записів студент повинен дотримуватися правил: прочитав – розібрався – зрозумів – записав.

Шукаючи вирішення проблеми, що виноситься на практичне заняття, Ви повинні прагнути не тільки отримати правильну відповідь, але й засвоїти загальний метод розв'язання подібних проблем.

На практичному занятті бажано, щоби кожний учасник був готовий до виступів за всіма зазначеними у плані питаннями, та проявляв активність при їх розгляді. Це допоможе краще засвоїти навчальний матеріал дисципліни «Практикум з корпоративної культури». Виступ на занятті повинен будуватися вільно, переконливо та аргументовано. Цього можна досягти лише при ґрунтовному володінні матеріалом. Виступаючий повинен викласти власне відношення до того, про що він говорить, висловити свою власну думку і розуміння, обґрунтувати його та зробити правильні висновки. При цьому він може користуватися власними нотатками, конспектом лекцій, звертатися до рекомендованих праць та до матеріалів спостережень сучасного соціокультурного життя. Навколо такого виступу можуть виникнути дискусії, до участі у яких повинен прагнути кожний студент, присутній на практичному занятті.

Не слід боятися помилитися у своєму виступі. На помилках вчаться. На заняттях недоречна сором'язливість. Студент, який, стидуючись товаришів або викладача, вчасно не звертається за необхідними роз'ясненнями, робить велику помилку. Звісно, пізнати істину важливо самому, але й використання допомоги також не можна відкидати.

Беручи участь у глибокому та різносторонньому розгляді питання, важливо звернути увагу на те, що в процесі дискусії ще не було сказано взагалі, або підтримувати цікаву думку, висловлену попереднім виступаючим.

На завершення викладач, що керує проведенням практичного заняття підводить підсумки усіх виступів студентів. Все, що буде сказано викладачем, потрібно обов'язково відмітити у своїх конспектах та, якщо це буде потрібно, внести до них виправлення та доповнення.

Оцінки, які одержав студент на практичних заняттях вносять в журнал обліку міжсесійного контролю навчальної роботи студентів та враховують при визначенні підсумкової оцінки з дисципліни.

ЗМІСТ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття 1 (2 години)

Особливості корпоративного розвитку сучасного суспільства. Види корпорацій

1. Виділити сфери сучасного корпоративного розвитку (інформаційні технології, фінанси та бухгалтерський облік, людські ресурси, юридична підтримка, корпоративна відповідальність, бренд менеджмент і комунікації) та охарактеризувати їх.
2. Скласти порівняльну таблицю видів сучасних корпорацій, зазначивши їх основні особливості.
3. Навести приклади відомих сучасних корпорацій, коротко розкрити специфіку їх діяльності.

Література: 2, 5, 11, 19, 25.

Практичне заняття 2 (2 години)

Імідж сучасної організації

Мета – набуття практичних навичок і вмінь у визначенні іміджу підприємства сфери культури.

Завдання:

1. Проаналізувати імідж сучасної бібліотеки, музею, Народного дому.

2. Вибрати найбільш ефективний метод визначення іміджу соціокультурного закладу. Довести свою думку.

3. Ділова репутація та імідж організації: спільне і відмінне.

Література: 2, 5, 39, 44, 51.

Практичне заняття 3 (2 години)

Сутність і основні поняття корпоративної культури

Мета – закріплення теоретичних знань про сутність корпоративної культури, оволодіння основними поняттями навчальної дисципліни.

Завдання:

1. Порівняти поняття культури та цивілізації, довести їх тотожність/не тотожність.

2. Визначити зміст поняття «корпоративна культура».

3. Охарактеризувати місце теорії корпоративної культури в системі знань.

4. Довести існування багаторівневої структури корпоративної культури.

5. Розкрити просторові та тимчасові фактори, що впливають на корпоративну культуру.

6. Створити презентацію «Особистість в системі факторів, що впливають на корпоративну культуру».

Література: 3, 6 20, 54, 55.

Практичне заняття 4 (2 години)

Істинна і декларована корпоративна культура

Мета – набуття практичних навичок і вмінь характеристики й розрізнення істинної та декларованої корпоративної культури.

Завдання:

1. Проаналізувати «Положення про Кодекс корпоративної культури Національного університету «Львівська Політехніка», «Кодекс корпоративної культури Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ». Які тези цього Положення і Кодексу розкривають істинний характер сучасної корпоративної культури? Що є спільним у Положенні і Кодексі?

2. Визначити ціннісно-смыслову сферу молодого людини, яка працює в соціокультурній сфері, за допомогою методики М. Рокича. Чи можуть цінності окремої особистості вплинути на корпоративну культуру організації? Якщо так, то яким саме чином?

Література: 2, 5, 8, 12, 13, 20, 23 .

Практичне заняття 5 (4 години)
**Місія і принципи організації
сучасного структурного підрозділу
та його корпоративна культура**

Мета – ознайомлення зі специфікою місії і принципів діяльності підрозділу сучасної організації та їх співробітників.

Завдання:

1. Дати визначення поняття корпоративної місії.
2. Сформулювати цілі соціокультурної організації (на вибір студента).
3. Визначити основні принципи організації структурного підрозділу.
4. Показати спільне і відмінне у поняттях «мала група» і «колектив».
5. Встановити переваги та недоліки роботи у групі.
6. Визначити специфіку професійної індивідуальної місії.

Література: 2, 3, 30, 31, 38, 54, 55.

Практичне заняття 6 (4 години)
Мотиваційні засади корпоративної культури

Мета – набуття практичних навичок і вмінь мотивувати співробітників дотримуватися норм корпоративної культури.

Завдання:

1. Визначення понять: «потреба», «цінність», «мотив», «мотивація».
2. Виокремити групи теорій мотивації.
3. Назвати і зіставити особистісні теорії мотивації.

4. Виписати «істинні» потреби, які складають сутність людини (за Е. Фроммом).
5. Встановити зв'язок мотивації з трудовою діяльністю.
6. Скласти таблицю процесуальних теорій мотивації.
7. Визначити зміст поняття «мотиваційний тип» і «мотиваційний портрет».
8. Скласти структуру трудової мотиваційної сфери людини.

Література: 3, 5, 9, 29, 50, 54, 55

Практичне заняття 7 (2 години)

Цінності людини та корпоративна культура

Мета – набуття практичних навичок і вмінь визначати роль ціннісних орієнтацій людини у розвитку корпоративної культури.

Завдання:

1. Виділити основні показники ціннісних орієнтацій людини.
2. Зіставити методики вивчення ціннісних орієнтацій.
3. Виписати фактори впливу на значимість цінностей.
4. Розкрити значимість і роль життєвих цінностей людини.

Література: 3, 4, 8, 13, 26, 27, 29, 54, 55.

Практичне заняття 8 (2 години)

Ключові фактори успіху, конкурентоспроможність організації та корпоративна культура

Мета – набуття практичних навичок і вмінь визначення факторів успіху та аналізу конкурентоспроможності сучасної організації.

Завдання:

1. Скласти перелік факторів успіху організації, в якій працює студент. Коротко охарактеризувати їх.
2. На основі відповідей студентів, визначити фактори успіху, властиві більшості компаніям.
3. Встановити взаємозалежність між стратегічними цілями організації і факторами успіху.
4. Проранжувати фактори успіху за ступенем важливості.

5. За допомогою методу «вагових коефіцієнтів» проаналізувати конкурентоздатність своєї організації.

Література: 2, 5, 11, 22, 42.

Практичне заняття 9 (4 години)

Зовнішні прояви корпоративної культури

Мета – набуття практичних навичок і вмінь визначення та аналізу зовнішніх проявів сучасної корпоративної культури.

Завдання:

1. Порівняти існуючі визначення поняття символу як ціннісного образу, фірмового стилю, товарного знаку.
2. Навести приклади символічних зображень.
3. Виявити ступінь психологічного та естетичного впливів кольору.
4. Фактори, що враховуються при розробці фірмового стилю.
5. Систематизувати товарні знаки за типами.
7. Порівняти логотипи, фірмові знаки, прапор різних організацій. Яка їх особливість?
8. Знайти піктограми сучасних інституцій.

Література: 2, 3, 5, 39, 41, 50, 54, 55.

Практичне заняття 10 (2 години)

Корпоративна культура і суспільні зміни

Мета – набуття практичних навичок і вмінь адаптації корпоративної культури до суспільних змін.

Завдання:

1. Скласти схему інтегрованої корпоративної культури, проаналізувати її. Чи додали б Ви ще якусь складову до цієї схеми?
2. Більш детально розкрити сутність твердження: корпоративна культура – це єдність; корпоративна культура – це всеохопність; корпоративна культура – це стійкість; корпоративна культура – це імпліцитність. Котре з тверджень Вам ближче?

3. Виписати приклади висловлювань лідерів провідних компаній світу про корпоративну культуру.
4. Описати стилі сучасної корпоративної культури, зіставити їх. Який із стилів може зазнати найменших змін?

Література: 2, 5–6, 20, 31.

Практичне заняття 11 (2 години)

Створення позитивної корпоративної культури

Мета – набуття практичних навичок і вмінь формування позитивної корпоративної культури.

Завдання:

1. Виявити і зіставити складові позитивної і негативної корпоративної культури.
2. Розкрити механізм формування організаційних цінностей.
3. Змоделювати позитивний образ уявної компанії. Відповідь розкрити у формі таблиці.

Література: 2,5, 30, 34, 37.

Практичне заняття 12 (2 години)

Актуальність впровадження клієнтоорієнтованої корпоративної культури

Мета – набуття практичних навичок і вмінь впровадження клієнтоорієнтованої корпоративної культури.

Завдання:

1. Довести, що єдина корпоративна культура – засіб утримання ключових фахівців і клієнтів корпорації.
2. Спробувати виміряти міру клієнтоорієнтованості корпоративної культури організації (на вибір студента).
3. Розкрити переваги клієнтоорієнтованого підходу до управління.

Література: 2,5, 10, 14, 19, 31.

Практичне заняття 13 (2 години)
**Види менеджменту і поєднання
організаційно-управлінських культур**

Мета – набуття навиків класифікації менеджменту, розрізнення організаційно-управлінських культур.

Завдання:

1. Розкрити особливості еволюції видів менеджменту (у формі таблиці).
2. Встановити спільне і відмінне у розвитку видів управління.
3. Визначити роль континууму у поєднанні організаційно-управлінських культур.
4. Проаналізувати складові восьмикутника балансу бізнес-культур.

Література: 2, 3, 5, 12, 18, 52, 54, 55.

Практичне заняття 14 (2 години)
Культура поведінки менеджера

Мета – набуття практичних навичок і вмій визначення складових професійної культури сучасного менеджера.

Завдання:

1. Виявити напрями зайнятості і особливості творчого підходу до праці менеджерів соціокультурної сфери.
2. Показати значення творчого підходу менеджера до праці у підвищенні якості послуг організації.
3. Виписати і проаналізувати фактори, що впливають на становлення і розвиток професійної компетентності менеджерів.
4. За допомогою самостійно складеної невеликої анкети змодельовувати загальний образ менеджера соціокультурної сфери.

Література: 2, 5, 18, 43, 52–53.

Практичне заняття 15 (2 години)
Особливості проведення робочих засідань і зборів

Мета – набуття практичних навичок і вмінь підготовки та проведення засідань і зборів з дотриманням засад корпоративної культури.

Завдання:

1. Виписати види ділових засідань і зборів.
2. Згрупувати особливості проведення засідань та визначити, яка їх роль у формуванні корпоративної культури.
3. Скласти таблицю етапів проведення корпоративних засідань і зборів та їх основних ознак.
4. Виписати усі можливі складові порядку денного корпоративного засідання.
5. Знайти в Інтернеті приклади описів корпоративних засідань, проаналізувати їх порядок денний, поведінку учасників.

Література: 9, 16–17, 23, 26, 38.

Практичне заняття 16 (2 години)
**Механізм формування і розвитку
програми корпоративної культури
в сучасній організації**

Мета – набуття практичних навичок і вмінь механізму формування, складання й аналізу програм корпоративної культури.

Завдання:

1. Визначити, як зміни в менеджменті організації можуть вплинути на формування корпоративної культури.
2. Знайти в Інтернеті і зіставити програми/проекти розвитку сучасної корпоративної культури.
3. Виписати усі можливі складові програми/проектів корпоративної культури соціокультурного підприємства, вузу.
4. На основі виписаних складових корпоративної культури сформуванню власну ідеальну програму корпоративної культури.

Література: 2, 3, 5, 11, 26, 31, 37, 54, 55.

Практичне заняття 17 (2 години)
**Аудит корпоративної культури
і культура стратегічного мислення**

Мета – набуття практичних навичок і вмінь проведення аудиту корпоративної культури, визначення його ролі у формуванні культури стратегічного мислення.

Завдання:

1. Проаналізувати відео «Як провести аудит корпоративної культури» (<https://www.youtube.com/watch?v=0vkCrr0bLzk>).
2. Скласти невелику анкету для працівників. Розробити питання для співбесіди з менеджером. Теми для обох питальників: Чи є порушення корпоративної культури в організації? Яка міра впливу корпоративних цінностей на окремих працівників?.
3. Визначити роль аудиту корпоративної культури у формуванні культури стратегічного мислення

Література: 2, 5, 20, 23, 40.

Практичне заняття 18 (2 години)
**Психологічний тренінг
як інструмент розвитку корпоративної культури**

Мета – набуття практичних навичок і вмінь проведення психологічних тренінгів з покращення корпоративної культури організації.

Завдання:

1. Проаналізувати рівень психологічного підтримки діяльності сучасної корпорації.
2. Визначити види сучасних методик та тренінгових занять, які спрямовані на розвиток окремих особистостей.
3. Проаналізувати основні положення щодо проведення тренінгів.
3. Виділити особливості організації і проведення тренінгів з розвитку корпоративної культури.
4. Сформулювати реальні обов'язки, цілі й намітити подальші кроки особистісного зростання на роботі.

Література: 3, 4, 9, 22, 31, 54, 55.

Практичне заняття 19 (2 години)

Оцінка корпоративної культури організації та її підрозділів

Мета – набуття практичних навичок і вмінь з оцінювання корпоративної культури організацій соціокультурної сфери та їх підрозділів.

Завдання:

1. Визначити причини проведення кваліметрії корпоративної культури. Зіставити види вимірювання якості корпоративної культури (холістичні, метафоричні, кількісні), коротко їх проаналізувати.

2. Охарактеризувати методики оцінювання корпоративної культури (методика «клінічного дослідження» Шейна, методика ОСАІ Камерона і Куінна, методика Пості і Конінга, методика «Культурне поле» Т. Соломанідіної та ін.).

3. Розкрити суть математичних моделей оцінки корпоративної культури.

Скласти схему ієрархічної структури оцінки корпоративної культури підприємства.

4. Скласти анкету для визначення рівня корпоративної культури певної організації, провести анкетувати і підсумувати його результати.

Література: 3, 4, 5, 14, 19, 27, 54, 55.

Практичне заняття 20 (2 години)

Феномен рутини: норми, правила, команди

Мета – набуття практичних навичок і вмінь відрізнити рутину від інших соціальних практик, її аналізу.

Завдання:

1. Зіставити поняття рутини і повсякденності, виділити основні форми рутини загалом і робочої рутини, зокрема.

2. Виписати причини виникнення рутини.

3. Довести або заперечити думку: «Рутини – це дім».

4. Знайти способи, як змінити звичну рутину на роботі. Конкретизувати Ваш спосіб.
5. Скласти таблицю плюсів і мінусів рутини.

Література: 1–2, 5, 9, 16, 43.

Практичне заняття 21 (2 години)

Особливості проведення корпоративних свят. Прийняття і харасмент

Мета – набуття практичних навичок і вмінь проведення корпоративних свят та їх аналізу, виявлення моментів прийняття та харасменту на роботі.

Завдання:

1. Знайти в Інтернеті і проаналізувати відео проведення корпоративних свят.
2. Змодельовати корпоративне свято «День народження компанії» (програма, зовнішній вигляд, учасники тощо). Можна написати його сценарій.
3. Змодельовати поведінку підлеглого у випадку насилля або сексуального домагання на робочому місці або під час корпоративу.

Література: 3–4, 15–16, 27, 49.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Відповідно до пунктів 4.4 та 4.6 Положення про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті імені Івана Франка від 21 червня 2018 року самостійна робота студента є однією з основних форм освітнього процесу та виступає основним засобом засвоєння навчального матеріалу у вільний від обов'язкових навчальних занять час. Самостійна робота студента в ЛНУ імені Івана Франка включає: опрацювання навчального матеріалу, виконання індивідуальних завдань, науково-дослідну роботу. Навчальний час, відведений для самостійної роботи студента, повинен становити не менше $1/3$ та не більше $2/3$ від загального обсягу навчального часу відведеного для вивчення дисципліни «Практикум з корпоративної культури». Підходи щодо визначення співвідношення обсягу аудиторного часу та самостійної роботи студентів визначається специфікою цієї навчальної дисципліни, її приналежністю до блоку нормативних дисциплін, згідно Навчального плану та Освітньо-професійної програми 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Відповідно до цього загальний обсяг часу, відведеного на самостійну роботу студентів при вивченні цієї навчальної дисципліни становить 58 академічних годин, при загальній тривалості курсу 90 академічних годин.

Самостійна робота студента – це діяльність студента, яку викладач планує разом із студентом, але виконує її студент самостійно, без прямої участі викладача, проте за його завданнями та під методичним керівництвом і контролем.

Важливу роль у самостійному вивченні навчальної дисципліни відіграють раціональні засоби організації діяльності: методи самостійної роботи, умови праці, режим дня, техніка праці, наявність відповідної комп'ютерної техніки та доступу до Інтернету тощо.

Під час вивчення навчальної дисципліни «Практикум з корпоративної культури» використовуються такі види самостійної роботи студента:

- самостійне вивчення теоретичних і практичних тем;
- самостійна робота із літературою та Інтернет-джерелами з метою кращого засвоєння змісту програмного матеріалу після відвідування лекцій;

- підготовка вибіркового завдання на базі огляду наукових публікацій та розробка пропозицій щодо вирішення актуальних проблем або прогнозів за обраною темою;
- підготовка наукових та інформаційних повідомлень, презентацій та рефератів.

Завершуються ці види самостійної роботи презентацією і захистом результатів виконання навчально-дослідного завдання на практичному занятті.

Важливою складовою самостійної роботи є також опрацювання лекцій, що передбачає виділення головних положень у лекційному матеріалі, засвоєння ключових моментів кожної лекції. Ведення конспекту лекції не передбачає дослівного запису за викладачем, а потребує фіксування своїми словами найсуттєвіших положень доповіді. Рекомендуємо при оформленні конспекту лекції залишати широкі поля, на яких можна буде робити помітки під час самостійного опрацювання літератури за темою лекції.

Для кращого засвоєння лекційного матеріалу слід ретельно готуватися до кожної наступної теми. Цей процес передбачає систематичне опрацювання матеріалу попередньої лекції, вивчення рекомендованої літератури, повторення основних положень вже пройденого матеріалу. В разі пропуску лекції, матеріал її теми слід законспектувати і опрацювати самостійно, а в разі виникнення незрозумілих питань звернутися до викладача, який проводить онлайн консультації згідно силабусу навчальної дисципліни.

Кожен із зазначених видів діяльності потребує від студентів самостійної наполегливої праці. Насамперед потрібно, щоб кожен студент у процесі самостійного навчання дотримувався гігієни розумової праці. Тому слід розуміти механізми розумової праці, причини появи втоми, шляхи підвищення працездатності, а також важливість режиму харчування, організації відпочинку та ін. Для цього викладач організовує та проводить настановне заняття, в тому числі – зі студентами заочної форми навчання. На цьому занятті до студентів доводиться, що добовий ритм організму людини визначається низкою фізіологічних функцій, які постійно змінюються в години активної діяльності, відпочинку та сну. А отже, важливу роль в оптимальній організації самостійної роботи студентів денної і заочної форм навчання відіграє дотримання оптимального режиму дня.

Головна мета самостійної роботи студента – закріпити, поглибити та розширити набуті під час аудиторної роботи знання, вміння та

навички, крім цього її ціллю є засвоєння нового матеріалу, вивчення якого відбувається без безпосередньої участі викладача, але під його дистанційним керівництвом.

Зміст самостійної роботи студента полягає в науково обґрунтованій системі дидактично та методично оформленого навчального матеріалу і визначається з урахуванням структурно-логічної схеми підготовки фахівців, яку відображено в Освітньо-професійній програмі 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» першого (бакалаврського) рівня вищою освіти та Робочому навчальному плані. Зміст самостійної роботи студента з навчальної дисципліни «Практикум з корпоративної культури» визначається також робочою програмою навчальної дисципліни, методичними матеріалами, завданнями та вказівками викладача.

Під час самостійної роботи студент: засвоює теоретичний матеріал з навчальної дисципліни, що вивчається (засвоєння лекційного курсу, а також окремих його розділів, тем, положень і т. д.); закріплює знання теоретичного матеріалу, використовуючи необхідний інструментарій практичним шляхом (розв'язання задач, виконання розрахунково-графічних робіт, виконання контрольних робіт, тестів для самоперевірки); застосовує отримані знання і практичні навички для аналізу ситуацій і вироблення правильного рішення (підготовка до групової дискусії, підготовча робота в рамках ділової гри, письмовий аналіз конкретної ситуації, розробка мистецьких проектів тощо); застосовує отримані знання та уміння для формування власної позиції, концепції, моделі (написання курсової роботи, наукової доповіді, статті, тез на конференцію тощо).

Умовно самостійну роботу студентів можна розділити на базову і додаткову. Базова самостійна робота забезпечує підготовку студента до аудиторних занять і контрольних заходів. Результати цієї підготовки виявляються в активності студента на заняттях, при виконанні ним контрольних робіт, тестових завдань й інших видів робіт. Базова самостійна робота студентів може включати такі види робіт: опрацювання лекційного матеріалу і рекомендованої літератури; пошук (підбір) і огляд літератури й електронних джерел інформації з індивідуально заданої проблеми навчального курсу; виконання домашніх завдань; переклад текстів з іноземних мов; самостійна творча робота (вивчення творів мистецтва, створення творів образотворчого, декоративно-прикладного мистецтва та дизайну); вивчення матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання; підготовка до практичних

занять; підготовка до написання контрольних робіт, складанні тестів та інших форм поточного контролю; систематизація вивченого матеріалу перед семестровим екзаменом.

Додаткова самостійна робота спрямована на поглиблення і закріплення знань студента, розвиток аналітичних навичок з проблематики навчальної дисципліни. Вона включає такі види робіт: науково-дослідницька робота, участь у наукових студентських конференціях, турнірах, семінарах і олімпіадах; аналіз наукових публікацій з визначеної викладачем теми; аналіз статистичних і фактичних матеріалів за заданою темою, проведення розрахунків, складання схем і побудова моделей на основі статистичних матеріалів; проведення соціологічних, маркетингових та інших статистичних досліджень у позааудиторний час; написання реферату, есе за заданою проблематикою; написання творів, газетних статей, розробка сценаріїв; підготовка рецензії на наукову статтю; бібліографічний огляд літератури за заданою проблематикою; розробка мультимедійної презентації; виконання індивідуальних графічних завдань; оформлення карт, таблиць і схем; підготовка термінологічних словників.

Самостійна робота студента забезпечується: інформаційними ресурсами (довідники, підручники, навчальні посібники, банки індивідуальних завдань тощо); бібліотечними приміщеннями і ресурсами, навчальними кабінетами, комп'ютерними класами тощо; методичними матеріалами (вказівки, рекомендації і т.п.); матеріалами для здійснення контролю (екзаменаційні білети, контрольні завдання, тести і т.п.); консультаціями з боку викладача; можливістю публічного обговорення теоретичних або практичних результатів, отриманих студентом самостійно (диспути, круглі столи, наукові семінари, конференції).

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення конкретної навчальної дисципліни, а саме: програмами з усіх навчальних дисциплін; програмами усіх видів практик; підручниками, навчальними посібниками, іншою навчально-методичною літературою; науковою, фаховою монографічною і періодичною літературою; інструктивно-методичними матеріалами, вказівками та завданнями до практичних занять; методичними вказівками до виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань; методичними рекомендаціями до виконання курсових робіт; переліками тестових питань.

Самостійна робота студента повинна бути конкретною за своєю спрямованістю і супроводжується контролем та оцінкою її результатів. Методичні матеріали для самостійної роботи студентів повинні передбачати можливість проведення самоконтролю з боку студента.

Контроль самостійної роботи і оцінка її результатів включає: самоконтроль і самооцінку студента; контроль і оцінку з боку викладача, кафедри, деканату, ректорату, державних екзаменаційних комісій. Основними формами контролю самостійної роботи є: тестування; проведення контрольних робіт; письмові чи усні опитування студентів; перевірка домашніх, індивідуальних та творчих завдань; захист реферату; захист курсової роботи; проведення екзамену.

Питання, які виникають у студентів стосовно виконання завдань самостійної роботи, вирішуються на консультаціях, які проводяться як офлайн так і онлайн, згідно з графіками, затвердженими кафедрою соціокультурного менеджменту.

Всі завдання самостійної роботи є обов'язковим до виконання кожним студентом, виконуються у встановлені терміни та передбачають відповідні форми звітності (виступи на практичному занятті, підготовка есе, рефератів та презентацій), які оцінюються викладачем в процесі поточного оцінювання. Результативність виконання конкретних завдань для самостійної роботи студента оцінюється в балах, кількість яких може бути різною для різних типів завдань і визначається в межах кафедри соціокультурного менеджменту. Оцінки просявляються журнал обліку міжсесійного контролю (паперовий та електронний).

Повний перелік завдань для самостійної та індивідуальної роботи, система їх оцінювання, терміни та умови виконання доводяться до відома студентів на початку вивчення навчальної дисципліни.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Тема 1. Особливості корпоративного розвитку сучасного суспільства. Види корпорацій

2 години

1. Законспектувати статтю: Жорнокуй Ю. «Корпорація»: сучасний стан законодавства в Україні та Європейському Союзі. Підприємництво, господарство і право. 2018. № 1. С. 13–17.
 2. Виписати усі можливі визначення поняття «корпорація».
- Література: 2, 5, 19, 26, 56–58.*

Тема 2. Імідж сучасної компанії

3 години

1. Визначити основні складові сучасної ділової репутації.
2. Знайти в Інтернеті інформацію про компанії, що мають позитивний і негативний іміджі. Пояснити, чому сформувався негативний імідж.

Література: 6, 37, 41, 51–52.

Тема 3. Сутність і основні поняття корпоративної культури

3 години

1. Визначити роль особистості в системі факторів, що впливають на корпоративну культуру.
2. Знайти інформацію про зарубіжний досвід розвитку корпоративної культури.
3. Виписати значення корпоративної культури для стабільного розвитку соціокультурних суб'єктів господарювання.

Література: 3, 5, 6, 19, 20, 54, 55.

Тема 4. Істинна і декларована корпоративна культура

3 години

1. Скласти порівняльну таблицю істинних і декларованих корпоративних цінностей.
2. Ознайомитися із методикою М. Рокича.

Література: 13, 33, 36.

Тема 5. Місія і принципи організації сучасного структурного підрозділу та його корпоративна культура

3 години

1. Виписати класифікацію малих груп та колективів.
2. Визначити переваги та недоліки роботи працівника у групі.

3. Виокремити проблеми структурування всередині груп.
4. Систематизувати принципи діяльності соціокультурної організації.

Література: 3, 5, 20, 23, 44, 45, 54, 55.

Тема 6. Мотиваційні засади корпоративної культури

3 години

1. Класифікувати потреби людини.
2. Виписати і коротко охарактеризувати теорії мотивації.
3. Визначити особливості впливу мотивації на розвиток корпоративної культури організації.
4. Виокремити можливі мотивації персоналу у відомих компаніях світу і визначити їх роль у розвитку корпоративної культури даних організацій.

Література: 4, 5, 8, 13, 27, 54, 55.

Тема 7. Цінності людини та корпоративна культура

2 години

1. Розглянути теоретичні засади дослідження цінностей.
2. Виписати фактори впливу на формування цінностей людини.
3. Скласти ієрархію ціннісних орієнтацій людини.

Література: 4, 8, 20, 30, 31, 54, 55.

Тема 8. Ключові фактори успіху та конкурентоспроможність організації

3 години

1. Законспектувати статтю Н. Куденко (див. рекомендовану літератури).
2. Виписати методи визначення факторів успіху та коротко їх охарактеризувати.
3. Визначити фактори вашого успіху в організації (за місцем праці студента або його батьків).

Література: 2, 5, 22, 31, 42.

Тема 9. Зовнішні прояви корпоративної культури

3 години

1. Виписати форми ділової документації організації.
2. Визначити переваги та методики дотримання здорового способу життя.
3. Розкрити прояви здорового способу життя у певних організаціях (за місцем праці студента або його батьків).

Література: 3, 4, 11, 24, 39, 54, 55.

Тема 10. Корпоративна культура і суспільні зміни

3 години

1. Написати есе «Чи може змінюватися корпоративна культура?».
2. Проаналізувати інновації в сучасній корпоративній культурі.
3. Розкрити проблеми, які можуть виникнути під час змін в корпоративній культурі.

Література: 5–6, 8, 20, 24, 26.

Тема 11. Створення позитивної корпоративної культури

3 години

1. Змодельовати робочі стосунки, які існують при позитивній корпоративній культурі
2. Виписати основні прояви позитивної корпоративної культури.
3. Визначити роль неписаних норм і правил у формуванні позитивної корпоративної культури.

Література: 1–3, 6, 8, 11, 21.

Тема 12. Актуальність впровадження клієнтоорієнтованої корпоративної культури

3 години

1. Законспектувати статтю І. Аніської (див. рекомендовану літератури).
2. Довести, що клієнтоорієнтованість як інструмент формування конкурентних переваг компанії.
3. Виписати складові процесу упровадження клієнтоорієнтованої бізнес-стратегії в діяльність компанії.

Література: 10, 14, 27, 29, 30.

Тема 13. Види менеджменту і поєднання організаційно-управлінських культур

3 години

1. Проаналізувати поняття організаційно-управлінської культури організації.
2. Виписати основні та допоміжні функції менеджменту соціокультурної діяльності.
3. Навести приклади інституційного забезпечення менеджменту корпоративної культури.

Література: 2, 6, 12, 13, 18, 52, 54, 55

Тема 14. Культура поведінки менеджера

2 години

1. Виписати усі можливі професійні компетенції менеджера соціокультурної сфери.
2. Виокремити ті професійні компетенції, якими б Ви хотіли володіти у майбутньому.
3. Самостійно скласти анкету для оцінювання компетенцій працівника/підлеглого.

Література: 2, 5, 18, 43, 52–54.

Тема 15. Особливості проведення робочих засідань і зборів

3 години

1. Виписати види робочих засідань і зборів.
2. Проаналізувати відео «Всі резиденти Comedy Club – важливе засідання». URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=nm5G-1Et0LE>. Які недоліки корпорації і корпоративного засідання висміяно?
3. Змоделювати хід проведення корпоративного засідання у невеликій компанії.

Література: 2–6, 17, 52, 54.

Тема 16. Механізм формування і розвитку програми корпоративної культури в сучасній організації

3 години

1. Визначити зміст та сутність трансформації корпоративної культури організації.
2. З'ясувати сутність програмно-цільового фінансування розвитку корпоративної культури.
3. Зіставити та проаналізувати завдання фандрайзингу в контексті різних корпоративних культур.
4. Підготувати у PowerPoint презентацію програми розвитку корпоративної культури соціокультурної організації (за вибором студента).

Література: 3, 5, 29, 51, 53, 54, 55.

Тема 17. Аудит корпоративної культури і культура стратегічного мислення

3 години

1. Виписати усі можливі визначення понять аудиту і стратегічного мислення.

2. Визначити міру впливу аудиту на розвиток корпоративної культури вузу.
3. Виявити особливості проведення аудиту.

Література: 2, 5, 20, 40, 44.

Тема 18. Психологічний тренінг як інструмент розвитку корпоративної культури

2 години

1. Скласти схему етапів розвитку тренінгу у господарських та культурних організаціях.
2. Навести приклади тренінгу у сучасних організаціях, розкрити його суть та значення для розвитку корпоративної культури.
3. Змоделювати програму тренінгу розвитку корпоративної культури соціокультурної організації.

Література: 3, 4, 9, 12, 22, 54, 55.

Тема 19. Оцінка корпоративної культури організації та її підрозділів

2 години

1. Зіставити зміст понять «оцінка» та «оцінювання».
2. Визначити специфіку здійснення оцінки корпоративної культури.
3. Записати значення поняття «моделювання корпоративної культури».
4. Виділити основні етапи моделювання корпоративної культури.

Література: 2, 3, 13, 42, 45, 54, 55.

Тема 20. Феномен рутини: норми, правила, команди

3 години

1. Проаналізувати прояви рутини під час навчальних практик, на місці праці студента.
2. Скласти перелік інформаційних джерел, за допомогою яких можна встановити рівень рутинності на роботі чи вдома (для прикладу, кухонна книга, історія хвороби, анкетування, реклама тощо).
3. Скласти невелику анкету на визначення міри рутинності.

Література: 1–2, 5, 9, 16, 43–45.

Тема 21. Особливості проведення корпоративних свят. Приниження і харасмент

2 години

1. Скласти невеликий сценарій корпоративного свята у компанії.
2. Змоделювати сучасні взаємовідносини у студентському і робочому колективі.
3. Показати роль взаємовідносин у студентському колективі на формування майбутніх відносин у робочому колективі.

Література: 3–4, 15–16, 27, 49.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Гриценко Т., Іщенко Т., Мельничук Т. та ін. Етика ділового спілкування : підручник / За заг. ред. Т. Гриценко. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 344 с.
2. Ігнатська І. А., Гарафонова О. І. Корпоративне управління : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 600 с.
3. Корпоративна культура: навчальний посібник / Під заг. ред. Г. Л. Хаєта. Київ : Центр навчальної літератури, 2003. 403 с.
4. Колот А.М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 1998. 224 с.
5. Мальська М. П. Корпоративне управління: теорія та практика : підручник. URL: http://pidruchniki.ws/15840720/mentedzhment/korporativne_upravlinnya_-_malska_mp (дата звернення: 17.07.2021).
6. Отенко І. П., Чепелюк М. І. Корпоративна культура: міжнародний та трансформаційний аспекти : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С.Кузнеця, 2018. 243 с.
7. Сагайдак О. П. Дипломатичний протокол та етикет : підручник. Київ : Знання, 2017. 326 с.
8. Хаєт Г. Л., Медведева О. А. Корпоративная культура и ценности человека. Краматорск: ДГМА, 2001. 267 с.
9. Хаєт Г. Л., Еськов А. Л. Управление мотивацией труда и оптимизация его среды. Донецк: ИЭП НАН Украины, 2000. 553 с.

Додаткова

10. Аниськіна І. Підприємство як клієнт-орієнтована система. Ефективна економіка. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2051> (дата звернення: 12.06.2021).
11. Аоки М. Фирма в японской экономике / Пер. с англ. Санкт-Петербург, 1995. 431 с.
12. Башук Т., Жолудева А. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 2. С. 179-184. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_2_179_184.pdf (дата звернення: 03.07.2021).

13. Борозенцева Т. Вплив ієрархії цілей і цінностей на механізм формування корпоративної культури громадської організації в умовах сучасного соціуму. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2015. № 1 (36). С. 35-42.
14. Григор'єва О., Іщенко О. Корпоративні свята як інструмент внутрішнього управління персоналом. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 16. С. 297-300. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/16_ukr/45.pdf (дата звернення: 30.06.2021).
15. Деловой этикет. Киев : Альтерпресс, 2000. 232 с.
16. Етикет учасника засідання. URL: <https://textbook.com.ua/etika-ta-estetika/1473446674/s-40> (дата звернення: 14.08.2021).
17. Жигірь В. Особливості професійної компетентності менеджерів освіти. Молодь і ринок. 2011. № 5. С. 64–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2011_5_16 (дата звернення: 27.07.2021).
18. Жорнокуй Ю. «Корпорація»: сучасний стан законодавства в Україні та Європейському Союзі. Підприємництво, господарство і право. 2018. № 1. С. 13–17.
19. Задихайло Д. В., Кібенко О. Р., Назарова Г. В. Корпоративне управління: навчальний посібник. Харків : Еспада, 2003. 687 с.
20. Замковий О. І. Фінансова корпоративна культура : методичні рекомендації. Дніпро : НТУ «ДП», 2018. 114 с.
21. Захарчин Г. М., Терехух А. А., Лісовська Л. С. Забезпечення конкурентоспроможності та розвиток організаційної культури підприємства: сучасна парадигма і прикладний аспект : монографія. Львів: НУ «Львівська політехніка», 2009. 437 с.
22. Іванюта С. М., Іванюта В. Ф. Підприємництво та бізнес-культура : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 288 с.
23. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Пер. с англ. Москва : Экономика, 1991. 240 с.
24. Кіпень В., Коржів Г. Викладачі вузів: соціологічний портрет. Донецьк : Істро, 2001. 198 с.
25. Колесников Г. Стратегическое управление и организационная культура. Персонал. 2000. № 3. С. 40–46.
26. Коллинз Д, Поррас А. Основные ценности или дальновидность Вашей компании. Персонал. 1998. № 1. С. 92–100.

27. Комаров Е. Миссия фирмы «Сони». Управление персоналом. 1999. № 12. С. 42–46.
28. Копець Г. Р., Леськів М. Р. Роль корпоративної культури у мотивації персоналу. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/36033/1/41_232239.pdf (дата звернення: 05.06.2021).
29. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
30. Куденко Н. В. Ключові фактори успіху в галузі та компетенції підприємства. Формування ринкової економіки : збірник наукових праць. Спеціальний випуск. Маркетингова освіта в Україні / відп. ред. О. О. Беляєв. Київ : КНЕУ, 2011. С. 223–235.
31. Малахів В. Етика : курс лекцій. Київ : Либідь, 1996. 304 с.
32. Методика «Ціннісні орієнтації». Рокіча. URL: <https://studfile.net/preview/5258514/page:36/> (дата звернення: 17.07.2021).
33. Наконечна Н.В. Психологічні умови розвитку корпоративної культури вищого навчального закладу приватної форми власності : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук. Спеціальність: 19.00.10 – організаційна психологія; економічна психологія. Університет економіки та права «КРОК». Київ, 2016. 292 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/1919161/> (дата звернення: 11.07.2021).
34. Національна доктрина розвитку освіти. Освіта України. 2002. № 33. С. 4–6.
35. Оксак А. Ресурсні мотиви злиття та поглинання корпорацій різних видів економічної діяльності. Економічний аналіз. 2015. Т. 22. № 2. С. 100–106. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/953> (дата звернення: 08.06.2021).
36. Пехник А. В., Присяжнюк Ю. І. Транснаціональні корпорації у реаліях сучасного міжнародного бізнесу. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. 2018. № 51. С. 82–88. URL: <http://ven.chdtu.edu.ua/article/view/153663/156861> (дата звернення: 15.06.2021).

37. Пижинський Я. Формування концепції організаційної культури. Економіка і управління. 2008. № 5. С. 20–25.
38. Куинн Р. Фрагмент книги «Позитивная организация. Освобождение от стереотипов, принуждения, консерватизма». URL: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm315.html> (дата звернення: 15.05.2021).
39. Рубитель О. Аудит корпоративного управління: теоретичні та практичні підходи. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2013. № 3 (68). С. 232–236.
40. Рубитель О. Ефективна корпоративна культура - must do нашого часу. URL: <https://blog.liga.net/user/orubitel/article/32540> (дата звернення: 09.06.2021).
41. Сабетова Т. Корпоративная культура как инструмент повышения конкурентоспособности компании на рынке труда. RJOAS. 2016. July. № 7 (55). Р. 47–53. URL: https://rjoas.com/issue-2016-07/article_07.pdf (дата звернення: 17.07.2021).
42. Севастьянов Е. Мясорубка перемен: как собственнику и топ-менеджеру успешно проводит нововведения и изменения в компании. URL: <http://openstud.ru/blog/businessmen/innovations-strategy/> (дата звернення: 10.06.2021).
43. Соціологія : Короткий енциклопедичний словник / Укл.: В. І. Волович, В. І. Тарасенко, М. В. Захарченко та ін.; за заг. ред. В. І. Воловича. Київ : Український центр духовної культури, 1998. 736 с.
44. Соціологія : підручник / За ред. В. П. Андрущенко, М. І. Горлача. Київ; Харків, 1998. 624 с.
45. Тоффлер А. Будущее труда. Новая технократическая волна на западе. Москва : Прогресс, 1986. С. 250–275.
46. Филипенко А. Цивилизационные детерминанты украинской экономической модели. Экономика Украины. 1994. № 4. С. 11–19.
47. Хвостенко Т. Корпоративне свято. URL: <http://iqholding.com.ua/articles/korporativnesvya> (дата звернення: 16.06.2021).
48. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность / Пер. с нем. Москва : Педагогика, 1986, Т. 1. 408 с.; Т.2. 392 с.
49. Химич І. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури. Економіка та держава. 2009. № 9. С. 59–61. URL:

- http://www.economy.in.ua/pdf/9_2009/20.pdf (дата звернення: 04.06.2021).
50. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2007. 576 с.
51. Чекштуріна В. М. Формування комунікативної компетентності менеджерів соціокультурної діяльності. Вісник Харківської державної академії культури. Серія : Соціальні комунікації. 2015. Вип. 46. С. 161–169. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/haksk_2015_46_19 (дата звернення: 11.08.2021).

Інтернет-джерела

52. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 17.07.2021).
53. Львівська національна наукова бібліотека України імені В.Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua> (дата звернення: 14.07.2021).
54. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 15.07.2021).
55. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 12.07.2021).
56. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/> (дата звернення: 02.08.2021).
57. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.08.2021).
58. ДУ «Інститут економіки і прогнозування НАН України». URL: <http://www.ief.org.ua> (дата звернення: 10.08.2021).
59. Асоціація культурних індустрій. URL: <http://culture.in.ua> (дата звернення: 17.08.2021).

Навчально-методичне видання

Белінська Людмила Семенівна
Максимчук Максим Віталійович
Сирота Лілія Богданівна

ПРАКТИКУМ З КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до практичних занять і самостійної роботи
для здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр»
спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»

Редагування,
комп'ютерна верстка

Надія Гірняк

Підп. до друку 02.09.2021 р. Формат 60x84 1/16. Папір др. апарат.
Друк офсетний. Ум. друк. арк. 0,95. Зам. №7. Наклад 100 прим.

Видавець і виготовлювач
Факультет культури і мистецтв
Львівського національного університету імені Івана Франка
вул. Валова, 18, м. Львів, 79008, Україна