

	Силабус навчальної дисципліни «КОРПОРАТИВНА ЕТИКА» Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво» Спеціальність: 022 «Дизайн» Освітня програма: «Графічний дизайн»
Рівень вищої освіти	Перший рівень вищої освіти: бакалавр
Статус дисципліни відповідно до навчального плану	Вибіркова навчальна дисципліна
Курс Семестр	III курс VI семестр
Семестровий контроль	Диференційований залік
Обсяг дисципліни: кредити ЄКТС/ кількість годин	Обсяг дисципліни становить 3 кредити ЄКТС, 90 годин, з яких 42 години становить контактна робота з викладачем (28 годин лекцій, 14 годин семінарських занять), 48 годин становить самостійна робота здобувача вищої освіти
Мова викладання	Українська мова
Що буде вивчатися (предмет навчання)	<p>Дисципліна розглядає корпоративну та прикладну етику в структурі етичного знання; професіоналізм як моральну цінність; спільні цінності компанії та співробітників; принципи продуктивної співпраці між працівниками як чинник досягнення загальних цілей; основні функції кодексу корпоративної етики (репутаційну, управлінську, розвитку корпоративної культури); методологію створення позитивного іміджу компанії; підходи до мотивації, оцінки роботи, винагороди співробітників, принципи збереження лояльності клієнтів; репутаційну функцію та можливості підвищення довіри до компанії з боку потенційних інвесторів та ділових партнерів; етику конфлікту та методологію прийняття етичних рішень в професійних ситуаціях; типові етичні скандали та гідні виходи з них; корпоративний кодекс як локальний нормативний акт та процедуру прописування варіантів конкретних порушень та створення системи їх виявлення і запобігання; корпоративну підтримку співробітників у дотриманні ними етичних норм з метою запобігання конфліктних ситуацій.</p>
Чому це цікаво / потрібно вивчати (мета, завдання)	<p>Мета – набуття здобувачами вищої освіти знань з навчальної дисципліни; забезпечення їх теоретичною і практичною підготовкою до виконання функціональних обов'язків фахівця, забезпечення творчого розвитку особистості здобувача вищої освіти, що знає та дотримується норм і правил ділової, навчальної, наукової та корпоративної етики.</p> <p>Завдання: сформувані у здобувачів вищої освіти уявлення про корпоративну етику, вміння вирішувати соціально-етичні, професійні проблеми, навички аналізу професійних ситуацій та прийняття рішень з етичної поведінки спеціалістів в області графічного дизайну.</p>

	<p>Виробити здатність до ефективних міжособистісних та професійних комунікацій, здатність застосовувати корпоративну етику в процесі професійної діяльності, сформувавши потребу дотримуватись академічної доброчесності (за ст. 42 Закону України «Про освіту» для здобувачів освіти, що передбачає самостійне виконання навчальних завдань, а також завдань поточного та семестрового контролю).</p>
<p>Пререквізити (попередні компетентності, необхідні для вивчення дисципліни)</p>	<p>Для ефективного вивчення дисципліни необхідні знання з педагогіки та психології, етико-філософські поняття та категорії, основні методи філософсько-етичних досліджень, методи психології при аналітичному розгляді дилемних ситуацій, інформаційної культури та академічної доброчесності, української мови (за професійним спрямуванням), філософії, етики та естетики. Здобувачі вищої освіти мають вміти вільно спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово; ефективно здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел; виокремлювати та аналізувати ситуацію щодо сучасних культурних практик; застосовувати основну методологію імперативно-ціннісних аспектів професійної практики, знати та дотримуватися принципів академічної доброчесності, вміти оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт, брати на себе відповідальність та вміти працювати у команді. Володіти елементарними навичками наукового дослідження та інтегрованою інформацією наукового дослідження.</p>
<p>Пореквізити (компетентності, отримані після вивчення дисципліни)</p>	<p>Вивчення дисципліни впливає на формування наступних компетенцій:</p> <p>Загальні компетенції:</p> <p>ЗК 2. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 5. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 7. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.</p> <p>ЗК 8. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного, демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 9. Здатність зберігати та примножувати культурно-мистецькі, екологічні, <i>моральні, наукові цінності і досягнення суспільства</i> на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області дизайну, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>Сприяє розвитку Спеціальних компетентностей (СК):</p> <p>СК 10. Здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності з графічного дизайну.</p> <p>СК 11. <i>Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі</i>, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для</p>

	<p>провадження дизайн-діяльності</p>
<p>Чому можна навчитися (результати навчання)</p>	<p>Вивчення навчальної дисципліни передбачає досягнення наступних програмних результатів навчання (ПРН):</p> <p>ПРН 5. Розуміти і сумлінно виконувати свою частину <i>роботи в команді</i>; визначати пріоритети професійної діяльності.</p> <p>ПРН 6. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.</p> <p>ПРН 19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, необхідність розвитку соціальних навичок і участі у ділових комунікаціях, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері графічного дизайну</p>
<p>Критерії оцінювання (екзаменаційна політика) (Відповідно до робочої програми навчальної дисципліни)</p>	<p>Форми контролю:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оцінювання роботи під час семінарських занять – 30 балів / 18 балів. 2. Самостійна робота – 30 балів / 18 балів. 3. Диференційований залік – 40 балів / 24 бали. <p>Шкала оцінювання:</p> <p>Оцінювання відповідно до отриманих за семестр рейтингових балів за курс навчання здійснюється:</p> <p><i>за національною диференційованою шкалою – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»,</i></p> <p><i>за шкалою ECTS: A 90-100, B 82-89, C 74-81, D 64-73, E 60-63, FX 35-59, F 1-34.</i></p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</p>	<p>Набуті при вивченні навчальної дисципліни компетентності дозволять здобувачам вищої освіти краще розуміти корпоративну етику в структурі етичного знання; створювати позитивний імідж компанії; ефективно працювати в команді; володіти етикою конфлікту та методологією прийняття етичних рішень в професійних ситуаціях; здійснювати ділову комунікацію, займатися саморозвитком та самовдосконаленням; застосовувати системне і критичне мислення.</p>
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Структура навчального курсу складається з трьох розділів. Кожен змістовий розділ включає в себе лекції, семінари, самостійну роботу здобувачів, які завершуються контролем рівня засвоєння якості програмного матеріалу відповідної частини курсу</p> <p>Змістовий розділ 1. Розділ 1. «Корпоративна та прикладна етика в структурі етичного знання».</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Вступ до курсу «Корпоративна етика». Основні терміни і поняття. 1.2. Професіоналізм як моральна цінність. 1.3. Спільні цінності компанії та співробітників. Принципи продуктивної співпраці між працівниками як чинник досягнення загальних цілей. 1.4. Корпоративна компетентність особистості з етики професійного міжособистісного спілкування. 1.5. Основні функції кодексу корпоративної етики: репутаційна, управлінська, розвитку корпоративної культури. <p>Змістовий розділ 2. «Створення позитивного іміджу компанії»</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Корпоративна етика соціальних груп.

	<p>2.2. Мотивація, оцінка роботи, винагорода співробітників з метою створення позитивного іміджу компанії.</p> <p>2.3 Збереження лояльності клієнтів.</p> <p>2.4. Імідж компанії як основа досягнення вигідного положення на ринку культурних продуктів та послуг.</p> <p>2.5. Репутаційна функція та підвищенні довіри до компанії з боку потенційних інвесторів (акціонерів, банків, інвестиційних компаній) та ділових партнерів (клієнтів, постачальників, підрядчиків).</p> <p>Змістовий розділ 3. «Етика конфлікту та методології прийняття етичних рішень в професійних ситуаціях»</p> <p>3.1. Етика конфлікту та моральні колізії в професійній діяльності.</p> <p>3.2. Професіоналізм та культура міжособистісного спілкування як чинники прийняття етичних рішень в конфліктних ситуаціях.</p> <p>3.3. Типові етичні скандали та гідні виходи з них.</p> <p>3.4. Введення корпоративного кодексу як локального нормативного акту. Процедура прописування варіантів конкретних порушень та створення системи їх виявлення і запобігання.</p> <p>3.5. Корпоративна підтримка співробітників у дотриманні ними етичних норм з метою запобігання конфліктних ситуацій.</p> <p>Форма контролю: диференційований залік.</p> <p>Види занять: Лекційні, семінарські заняття, самостійна робота.</p> <p>Методи навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вербальний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); – практичний метод (семінарські заняття); – кейс-метод (розв’язання етичних дилем в умовах максимально наближених до реальних ситуацій); – наочний метод (ілюстративний та демонстративний); – самостійна робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування); – інформаційні методи новітніх комп’ютерних технологій (дистанційні, мультимедійні, веб-, віртуально орієнтовані тощо); – проблемний метод (розв’язання завдань, переклад, написання рефератів, тез та статей); <p>Форми навчання: Денна (очна), заочна, дистанційна.</p>
<p>Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НАКККІМ</p>	<p>Рекомендована література та інформаційні ресурси</p> <p>Література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гавеля О. М. Взаємодія обдарованої особистості з художньою культурою в умовах функціонування відкритих освітніх та культурних систем: експертний аналіз. Культура і сучасність : альманах. 2021. № 1. С. 17-23. 2. Гавеля О. М. Національно-культурна ідентичність та її ціннісні основи: освіченість, вихованість, моральність і патріотизм українців. Культура і сучасність 2018. № 1. С. 20–26. 3. Гавеля О.М. Феномен обдарованої особистості як творця культурних цінностей: Монографія. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2020. 415 с. 4. Кодекс корпоративної етики та поведінки. акціонерне товариство «Акцент – Банк» м. Дніпро. Дніпро, 2021. 20 с.

	<p>Електронний ресурс: https://a-bank.com.ua/static/korp_codex_ethics_2021.pdf</p> <ol style="list-style-type: none"> Корпоративна культура. Harvard Business Review (HBR). США. Издательство Альпина Паблишер.2020. 216 с. Пролатан В., Гуцаленко Л., Здирко Н. Професійна етика. Київ: Центр навчальної літератури. 2019. 252 с. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 391с. <p>Інформаційні ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none"> http://library.nakkkim.edu.ua/ – електронний каталог Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв http://www.nbu.gov.ua/ – Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського http://www.info-library.com.ua/ – Електронна бібліотека – підручники
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Проведення лекційних та семінарських занять з дисципліни «Корпоративна етика» забезпечується матеріально-технічною базою НАКККіМ (базова аудиторія - № 223, корп.7, НАКККіМ), навчально-методичними матеріалами.
Кафедра	Кафедра культурології та міжкультурних комунікацій
Інститут	Інститут практичної культурології та арт-менеджменту
Інформація про науково-педагогічних працівників	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="width: 60%;"> <p>Гавеля Оксана Миколаївна кандидат педагогічних наук (1997), доцент (2004), доцент кафедри культурології та міжкультурних комунікацій.</p> <p>ogavelia@nakkkim.edu.ua</p> <p>Більше інформації на сторінці кафедри: ГАВЕЛЯ ОКСАНА МИКОЛАЇВНА (nakkkim.edu.ua)</p> </div> </div>
Оригінальність навчальної дисципліни (за наявності).	<p>Дисципліна «Корпоративна етика» розроблена безпосередньо для здобувачів вищої освіти зі спеціальності 022 «Дизайн», ОП «Графічний дизайн</p> <p>При проведенні лекційних, семінарських занять та консультування з самостійної роботи здобувачів вищої освіти спеціальності, акцент робиться на використанні отриманої здобувачами вищої освіти інформації та відповідних компетенцій у майбутній професійній діяльності.</p> <p>Всі учасники освітнього процесу дотримуються політики доброчесності і сприяють функціонуванню ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.</p>
Лінк на дисципліну	

Розробник

Підпис, ПІБ

Гавеля О.М.

Обговорено на засіданні групи забезпечення освітньої програми
Гарант освітньої програми _____ А. Ф. Слівінська
Підпис, ПІБ

Затверджено:
Завідувач кафедри культурології та
та міжкультурних комунікацій Інституту
практичної культурології та арт-менеджменту _____ О.В.Овчарук
підпис, ПІБ

Погоджено:
Директор Інституту практичної культурології
та арт-менеджменту _____ С.І.Дячківський
підпис, ПІБ

Затверджено:
Завідувач кафедри графічного дизайну
Інституту дизайну та реклами _____ Л.М.Коваль
підпис, ПІБ

Погоджено Вченою радою Інституту дизайну та реклами (протокол №1 від 26.08.2021 р.)
Голова Вченої ради Інституту _____ Б.П. Андресюк
підпис, ПІБ

Директор центру ліцензування, академічної
добросочесності та моніторингу якості освіти _____ О.В.Фоменко
підпис, ПІБ