

Корпоративная культура и стратегия устойчивого развития компании

ФИО преподавателя: Гудкова Татьяна Викторовна

Цель освоения дисциплины: изучение эффективных подходов к формированию и развитию корпоративной культуры современной компании с учётом принципов устойчивого развития.

Место дисциплины в учебном плане: по выбору студентов, читается во 3 триместре.

Краткое содержание дисциплины:

Анализ существующих концепций фирмы. Внешняя и внутренняя среда современной фирмы. Цели и индикаторы результативности деятельности фирмы. Цели и стратегии устойчивого развития фирмы. Цифровая трансформация фирмы в контексте ESG-повестки. Понятие корпоративной культуры, ее структура и функции. Этапы формирования концепции культуры фирмы. Факторы, повлиявшие на развитие культуры предпринимательства в России до революции. Понятие «культуры труда», «культуры предприятия» и «производственной культуры». Современный этап формирования концепции культуры фирмы. Основные преимущества, достигаемые фирмами с высоким уровнем развития культуры. Корпоративная культура как фактор устойчивого развития компании. Факторы внешней среды, оказывающие прямое влияние на культуру фирмы. Факторы косвенного воздействия на корпоративную культуру (экономические, законодательные, экологические, научно-технологические и др.). Трансформация внешней и внутренней среды фирмы в условиях цифровой экономики. «Новая нормальность» эпохи пандемии COVID-19. Культура фирмы как часть национальной культуры. Измерение национального фактора в культуре фирмы (по методике Р. Льюиса, Г. Хофстеде и др.). Национальные модели менеджмента. Кросс-культурный менеджмент. Факторы внутренней среды фирмы и их влияние на корпоративную культуру. Специфика человеческих ресурсов. Первичные механизмы формирования и поддержания корпоративной культуры (критерии отбора, найма, карьерного роста и увольнения персонала; механизмы поощрения сотрудников; стили руководства и т.д.). Вторичные механизмы формирования и поддержания корпоративной культуры (структура организации, система внутренних и внешних коммуникаций, дизайн и оформление офисных помещений и т.д.). Классификация корпоративных культур (Ч. Хэнди, М. Бурке, Р. Рютингера, Дж. Зонненфельда, К. Хаяши, Р. Аккоффу, Е. Устюжаниной, С. Абрамовой и И. Костенчука, М. Бурке и др.). Интегральная типология культуры компании по различным критериям. Постулаты новой философии управления. Иерархические уровни этики бизнеса. Универсальные принципы деловой этики. Этическая состоятельность культуры фирмы и ее имидж. Внутренняя и внешняя корпоративная социальная ответственность (КСО). Деловая репутация, имидж и гудвилл компании. Основные методики расчета гудвилл. Рейтинг репутации ведущих компаний мира и примеры неэтичного поведения корпораций. Переход от культуры этики к ESG-культуре. Стандарты раскрытия информации в области устойчивого развития (SASB, GRI, CDP и др.). ESG-рейтинг российских компаний. Диагностика корпоративной культуры: качественные и количественные методы. Методики диагностики культуры компании (опросник Р. Лайкерта «Профиль организационных характеристик»; типологический подход Ч. Хэнди; Р. Паскаля; шкалы OPS Л. Константина; опросник OCAI С. Камерона и Р. Куинна; Д. Денисона; опросник "Оценка силы организационной культуры" П. Дафта; методика выявления организационных ценностей и норм С. А. Липатов; методика ордерной диагностики организационной культуры Л. Н. Аксеновской; методика изучения ценностных ориентаций Н. Н. Шипиловой и др.). Этапы внедрения изменений в корпоративную культуру. Теория спиральной динамики К. Грейвз. Модели управления изменениями (модель McKinsey 7-S, трехэтапная модель

изменений К. Левина (Lewin's three-step change model) и 8-ступенчатая модель изменений Дж. Коттера (Kotter's 8-step model). Лучшие практики внедрения ESG-культуры.

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з. е.

Язык преподавания: русский

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.