**DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES**

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

|  |  |
| --- | --- |
| Studiju kursa nosaukums | Korporatīvā kultūra |
| Studiju kursa kods (DUIS) |  |
| Zinātnes nozare | **Vadībzinātne** |
| Kursa līmenis | 7. |
| Kredītpunkti | 2 |
| ECTS kredītpunkti | 3 |
| Kopējais kontaktstundu skaits | 32 |
| Lekciju stundu skaits | 16 |
| Semināru stundu skaits | 16 |
| Praktisko darbu stundu skaits |  |
| Laboratorijas darbu stundu skaits |  |
| Studējošā patstāvīgā darba stundu skaits | 48 |
|  | |
| Kursa autors(-i) | |
| Dr. philol. doc. Ingrīda Kupšāne | |
| Kursa docētājs(-i) | |
| Dr. philol. doc. Ingrīda Kupšāne | |
| Priekšzināšanas | |
| Nav. | |
| Studiju kursa anotācija | |
| Studiju kursa mērķis – sniegt zināšanas un veidot izpratni par korporatīvo kultūru, tās lomu  organizācijas/uzņēmuma/iestādes efektīvas darbības veicināšanā.  Kursa uzdevumi:  - sniegt zināšanas par korporatīvās kultūras struktūru, funkcijām, ietekmējošiem faktoriem u. c.;  - veidot izpratni par profesionālo ētiku un tās nozīmi profesionālajā darbībā;  - attīstīt prasmi veikt organizācijas/uzņēmuma/iestādes korporatīvās kultūras diagnosticēšanu un izvērtēšanu;  - pilnveidot studējošo profesionālo kompetenci, patstāvīgi lietojot zināšanas praksē, diskutējot grupā, veicot pētniecisku darbību.  Kursa aprakstā piedāvātie obligātie informācijas avoti studiju procesā izmantojami fragmentāri pēc docētāja norādījuma. | |
| Studiju kursa kalendārais plāns | |
| Lekcijas 16 st., semināri 16 st., patstāvīgais darbs 48 st.  Korporatīvās kultūras jēdziens, pamatelementi, funkcijas, tipoloģija; korporatīvo kultūru ietekmējošie faktori. L 10, S 4  Korporatīvās kultūras priekšrocības un trūkumi, veidošanas noteikumi un principi, veidošanas instrumenti. L 6  Korporatīvo principu izvēles un ieviešanas izplatītākās kļūdas un to sekas; korporatīvās kultūras ietekme uz organizācijas efektivitāti. S 8  Studējošo patstāvīgi izstrādāto darbu prezentēšana. S 4 | |
| Studiju rezultāti | |
| |  | | --- | | ZINĀŠANAS | | 1. Demonstrē zināšanas par korporatīvo kultūru, tās elementiem, funkcijām, ietekmējošiem faktoriem u. c.  2. Pārzina profesionālās ētikas pamatprincipus.  3. Raksturo efektīvas korporatīvās kultūras svarīgākās pazīmes. | | PRASMES  4. Demonstrē prasmi diagnosticēt un izvērtēt organizācijas/uzņēmuma/iestādes korporatīvo kultūru.  5. Prot modelēt situācijas, ilustrējot efektīvas korporatīvās kultūras funkcionēšanu. | |  | | KOMPETENCE | | 6. Patstāvīgi pilnveido savas zināšanas un prasmes atbilstoši profesionālās darbības sfērai. | | |
| Studējošo patstāvīgo darbu organizācijas un uzdevumu raksturojums | |
| Patstāvīgais darbs:  Zinātniskās literatūras lasīšana un gatavošanās semināriem – 30 st.  Gatavošanās testa izpildei – 5 st.  Situācijas modelēšana – 6 st.  Prezentāciju sagatavošana – 7 st. | |
| Prasības kredītpunktu iegūšanai | |
| Studējošie padziļināti studē nodarbībām piedāvāto materiālu, patstāvīgi iepazīstas ar teorētisko papildliteratūru un demonstrē patstāvīgā darba rezultātus seminārnodarbībās, starppārbaudījumos un gala pārbaudījumā.  Studiju kursa vērtējumu veido vidējā svērtā atzīme par starppārbaudījumiem (30%), aktīvu līdzdalību seminārnodarbībās (40%) un noslēguma pārbaudījumu (30%).  Starppārbaudījumi:  1. Tests.  2. Situācijas modelēšana.  3. Prezentācija par konkrētas organizācijas/uzņēmuma/iestādes korporatīvo kultūru.  Gala pārbaudījums (eksāmens) – studējošais atbild uz diviem jautājumiem (viens jautājums orientēts uz teorētisko zināšanu pārbaudi, otrais jautājums – konkrētas darba situācijas analīze).  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI  Studiju kursa apguve tā noslēgumā tiek vērtēta 10 ballu skalā saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un atbilstoši "Nolikumam par studijām Daugavpils Universitātē" (apstiprināts DU Senāta sēdē 17.12.2018., protokols Nr. 15), vadoties pēc šādiem kritērijiem:iegūto zināšanu apjoms un kvalitāte, iegūtās prasmes un kompetences atbilstoši plānotajiem studiju rezultātiem.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANA   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Pārbaudījumu veidi | Studiju rezultāti \* | | | | | | | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | | | 1. starppārbaudījums  (Tests.) | + | + | + |  |  | + | | | 2. starppārbaudījums  (Situāciju modelēšana.) |  |  | + | + | + | + | | | 3. starppārbaudījums  (Prezentācija.) | + | + | + | + | + | + | | | Gala pārbaudījums (eksāmens) | + | + | + | + | + |  | | | |
| Kursa saturs | |
| 1. Korporatīvās kultūras jēdziens. Korporatīvās kultūras elementi (deklarētās vērtības, tradīcijas, korporatīvais stils, savstarpējā komunikācija u. c.). (L 2)  2. Korporatīvā kultūra un profesionālā ētika, ētikas kodekss. (S 2)  3. Dominējošā kultūra un subkultūras, to mijiedarbības aspekti. T. s. 'augstās' un 'zemās' kultūras. (L 2)  4. Korporatīvās kultūras funkcijas (motivējošā, iesaistošā, identificējošā, adaptīvā, sistēmveidojošā, regulējošā u. c.). (L 2)  5. Korporatīvās kultūras tipoloģija, tās veidi (K. Kamerons, R. Kvins): klanu kultūra, adhokrātijas kultūra, hierarhiskā kultūra, tirgus kultūra. (S 2)  6. Korporatīvās kultūras līmeņi. (L 2)  7. Korporatīvo kultūru ietekmējošie faktori (ārējā un iekšējā vide, personāla un vadītāju personības). (L 2)  1. starppārbaudījums  Tests MOODLE vidē par apgūto teorētisko materiālu.  8. Korporatīvās kultūras priekšrocības un trūkumi. (L 2)  9. Korporatīvās kultūras veidošanas noteikumi un principi (konsekvence, sarežģītība, vēsturiskums, zinātniska ievirze, vērtību orientācija, scenārijs, efektivitāte). (L 2)  10. Korporatīvās kultūras veidošanas instrumenti. (L 2)  2. starppārbaudījums  Katrs studējošais modelē 3-4 piemērus/situācijas, ilustrējot korporatīvo principu izvēles un ieviešanas kļūdas un to sekas. Iesaistās diskusijā seminārnodarbības laikā.  11. Korporatīvo principu izvēles un ieviešanas izplatītākās kļūdas un to sekas. (S 2)  12. Korporatīvās kultūras ietekme uz organizācijas efektivitāti. Konkrēti piemēri. (S 2)  13. Korporatīvās kultūras veidošana: konkrēti piemēri. (S 2)  14. S. P. Robbina piedāvātie iekšējās kultūras noteikšanas kritēriji. (S 2)  3. starppārbaudījums  Studējošais gatavo 20 minūšu apjoma prezentāciju, kuras ietvaros izvērtē konkrētas organizācijas/uzņēmuma/iestādes korporatīvo kultūru pēc noteiktiem kritērijiem. Darbs tiek prezentēts auditorijā, notiek prezentāciju savstarpējs izvērtējums.  15. Studējošo izstrādātās prezentācijas. (S 2)  16. Studējošo izstrādātās prezentācijas. (S 2) | |
| Obligāti izmantojamie informācijas avoti | |
| 1. Ash Sahi. Corporate Culture: Create a Winnig Organisation. Independently published, 2021.  2. Barets R. Vērtīborientētas organizācijas izveide: visas sistēmas kultūras transformācijas ideja. Rīga, 2008.  3. Dubkēvičs L. Organizācijas kultūra, klimats un radošums. Rīga: RaKa, 2019.  4. Stanford N. Corporate Culture. John Wiley&Sons, 2010. | |
| Papildus informācijas avoti | |
| 1. Ābele J. Organizācijas. Jelgava: LLU, 2008.  2. Dubkēvičs L. Organizācijas kultūra. Rīga: Jumava, 2009.  3. Jacquemod J. Līdera-padotā mijiedarbība un organizācijas uzticēšanās kā konteksts un mikro-pamati organizācijas novatoriskumam. Rīga, 2020.  4. Garleja R. Darbs, organizācija un psiholoģija. Rīga: RaKa, 2010.  5. Lasmane A. Organizāciju psiholoģija. Rīga, 2005.  6. Reņģe V. Mūsdienu organizāciju psiholoģija. Rīga: Zvaigzne ABC, 2007.  7. Vēvere V. Business Ethics and Corporate Social Responsibility. Rīga, 2020. | |
| Periodika un citi informācijas avoti | |
| Žurnāls "Biznesa psiholoģija" | |
| Piezīmes | |
|  | |