

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „УПРАВЛЕНИЕ И АДМИНИСТРАЦИЯ“

Приета от ФС (протокол №/ дата):

Приета от КС (протокол №/ дата):

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ФИРМЕНА КУЛТУРА“

ЗА СПЕЦ: „Мениджмънт“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Николета Михалева)

2.
(гл. ас. д-р Велина Колева)

Ръководител катедра:
„Управление и администрация“ (доц. д-р Добрин Добрев)

I. АНОТАЦИЯ

Дисциплината “Фирмена култура” формира специално познание в сферата на мениджмънта. Тя има за цел да запознае студентите с ключови понятия в областта. Условно е разделена на три части: **първата** част предлага знания за основните теоретични аспекти на проблема “фирмена култура” – същност, елементи, фактори, функции, типология; **втората** част е посветена на управлението на фирмената култура, в т.ч. как тя се създава и променя, как се диагностицира, каква е ролята на ръководителя при изграждането и, а **третата** част касае разглеждането на межкултурните различия. Използвани са класически модели – петдименсионалният модел на Хеерт Хофстеде, седемдименсионалният – на Ф. Тромпенаарс и Ч. Хемпдън-Търнър и др. Особено място е отделено на културата в съвременните български организации.

Усвояването и разбирането на тези знания може да бъде прилагано при анализ и диагностика на фирмената култура от гледна точка на нейните атрибути и процеси. При преподаването на учебният материал се цели използването на съвременни методи и подходящ инструментариум, чрез които студентите да провеждат практически изследвания, да интерпретират резултатите и да ги прилагат в различни области на управленската теория и практика. Подобен интердисциплинарен подход дава възможност за разширяване на знанията им и развиване на нови умения, чрез които да се повиши ефективността при осмислянето на проблемите в организацията.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Разбиране за фирмена култура - изходни постановки		4	2	
1.1.	Особености на понятието „култура“.			
1.2.	Същност на термина „фирмена култура“ – определение, основни характеристики.			
1.3.	Роля и място на фирмената култура в развитието на организацията.			
Тема 2. Еволюция и подходи за изследване на фирмената култура		2	2	
2.1.	Исторически преглед на идеите за фирмена култура.			
2.2.	Подходи за изследване на фирмената култура.			
Тема 3. Характеристика на фирмената култура		4	4	
3.1.	Елементи на фирмената култура. Ценностни измерители, културни индикатори, идентификационен профил.			
3.2.	Фактори, влияещи върху фирмената култура.			
3.3.	Функции на фирмената култура.			
Тема 4. Равнища на фирмената култура		2	2	
4.1.	Основни модели относно равнищата на фирмената култура.			
4.2.	Специфика при тълкуването на елементите от различните равнища на фирмената култура.			
Тема 5. Типове фирмена култура		3	3	
5.1.	Класификация на Харисън и Хенди.			
5.2.	Класификация на Дийл и Кенеди.			
5.3.	Класификация на Куин и Камерън.			
5.4.	Класификация на Тромпенаарс и Хемпдън – Търнър.			

5.5.	Класификация на Коул.			
5.6.	Класификация на Нелсън – Бърнс.			
Тема 6. Субкултура и контракултура		2	2	
6.1.	Същност на субкултурата – критерии за класифициране.			
6.2.	Особености на контракултурата.			
Тема 7. Управленски аспекти на фирмената култура		4	4	
7.1.	Фирмена култура и лидерство.			
7.2.	Фирмена култура и стратегия.			
7.3.	Фирмена култура и комуникация.			
7.4.	Фирмена култура и поведение.			
Тема 8. Диагностика на фирмената култура. Механизми за създаване, развиване и модифициране на фирмената култура.		3	4	
8.1.	Модели за диагностика на фирмената култура – характеристика, предимства и недостатъци.			
8.2.	Принципи за изграждане и промяна на фирмената култура. Лостове за управление.			
8.3.	Механизми за усъвършенстване на фирмената култура.			
Тема 9. Междукултурни различия. Модели за МР.		4	4	
9.1.	Междукултурни различия – същност и особености.			
9.2.	Мултикултурен модел на Хофстеде. Основни дименсии.			
9.3.	Класификация на типовете култура по Хофстеде.			
9.4.	Модел на Тромпенаарс и Хемпдън – Търнър за културните дилеми.			
Тема 10. Културални практики		2	3	
10.1.	Успешните културални практики на „вечните“ компании.			
10.2.	Особености на фирмената култура в българските организации.			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа	1	50
1.2.	Казуси	1	20
1.3.	Семестриален тест	1	20
Общо за семестриален контрол:		3	90
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)	1	30
Общо за сесиен контрол:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Камерън, К., Р. Куин. Диагностика и промяна на организационната култура. София : Класика и стил, 2012

2. Коев, Й. и др. Предприемаческа и фирмена култура в прехода към пазарно стопанство. Варна : Наука и икономика - ИУ, 2010
3. Паунов, М. Организационна култура. София : Изд. комплекс - УНСС, 2015
4. Alvesson, M. , St. Sveningsson. Changing Organizational Culture: Cultural Change Work in Progress. Routledge, 2015
5. Barbera, K. M. The Oxford Handbook of Organizational Climate and Culture. Oxford Univesity Press, 2014
6. Clodi, D. R. Leadership & Organizational Culture: A Multi-Step Program for Success. AuthorHouse, 2013

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Гюрова, В. Организационна култура и лидерско поведение.// Педагогика, том 87, кн. 1/2015
2. Димитров, К. Фирмена култура. София : Издателски комплекс – УНСС, 2012
3. Димитров, К. и др. Прокламираната фирмена култура във виртуалното пространство - тенденции и предизвикателства [Монография]. София, Издателски комплекс – УНСС, 2018
4. Димитрова, А. Изследване на организационните норми и очаквания като елемент на организационната култура. // Годишник на Софийски университет "Св. Климент Охридски". Философски факултет. Книга Психология, 105, 2014, с. 110-139.
5. Емилова, И., Сирашки, Хр. Фирмена култура. Свищов : Акад. изд. "Ценов", 2015
6. Миланова, А. Генезис на фирмената култура в България. С., Акад. изд. "Проф. Марин Дринов", 2008г.