

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

[Văn hóa doanh nghiệp]

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

Tên học phần (tiếng Việt) VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Tên học phần (tiếng Anh) Corporate culture

Mã học phần: Mã tự quản: 13200011

Thuộc khối kiến thức: Cơ sở ngành

Đơn vị phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh

Số tín chỉ: 2 (2; 0)

Phân bổ thời gian:

- Số tiết lý thuyết: 30 tiết
- Số tiết bài tập/thực hành: 0 tiết
- Số giờ tự học: 60 giờ

Điều kiện tham dự học phần:

- Học phần tiền quyết: Không
- Học phần học trước: Không
- Học phần song hành: Không

2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN

TT [1]	Họ và tên [2]	Email [3]	Đơn vị công tác [4]
1	TS. Ngô Văn Thọ	thaonv@hufi.edu.vn	Khoa Quản trị Kinh doanh
2	TS. Đỗ Hữu Hải	haidh@hufi.edu.vn	“
3	Ths. Phạm Xuân Hương	huongpx@hufi.edu.vn	“

3. MÔ TẢ HỌC PHẦN

Học phần này nhằm cung cấp các kiến thức về văn hóa và cách thức xây dựng văn hóa trong tổ chức, người học có được những kỹ năng cần thiết khi hội nhập vào môi trường làm việc của tổ chức; xây dựng và thiết lập các chuẩn mực văn hóa tổ chức trong các hoạt động giao tiếp với xã hội và cộng đồng.

4. MỤC TIÊU HỌC PHẦN

Sinh viên học xong học phần này có kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm:

Mục tiêu [1]	Mô tả mục tiêu [2]	CDR của CTĐT [3]	TĐNL [4]
G1	Hiểu biết cơ sở lý luận, chức năng, vai trò, triết lý, cấu trúc văn hóa trong doanh nghiệp		3
G2	Xây dựng và duy trì văn hóa doanh nghiệp		4
G3	Hội nhập nhanh vào môi trường làm việc của tổ chức, kế thừa và phát triển các chuẩn mực giá trị của văn hóa tổ chức		4

5. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN

Mục tiêu học phần [1]	CDR học phần [2]	Mô tả chuẩn đầu ra [3]	Trình độ năng lực [4]
G1	CLO1.1	Nhận biết khái niệm, chức năng, vai trò, triết lý của văn hóa doanh nghiệp	2
	CLO1.2	Phân tích các chuẩn mực văn hóa của doanh nghiệp	3
	CLO1.3	Biết được các giá trị cốt lõi và hình ảnh của doanh nghiệp	2
	CLO1.4	Đánh giá giá trị của doanh nghiệp thông qua xây dựng và thực thi các chuẩn mực văn hóa	4
G2	CLO2.1	Thiết lập các giá trị văn hóa doanh nghiệp dựa trên các nền tảng hiện có và các chuẩn mực của xã hội	4
	CLO2.2	Xây dựng hình ảnh doanh nghiệp thông qua thực thi văn hóa	4

Mục tiêu học phần [1]	CĐR học phần [2]	Mô tả chuẩn đầu ra [3]	Trình độ năng lực [4]
	CLO2.3	Lồng ghép trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp với văn hóa doanh nghiệp	4
G3	CLO3.1	Thích ứng và hội nhập nhanh vào môi trường làm việc của tổ chức	4
	CLO3.2	Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua xây dựng và thực hiện văn hóa trong doanh nghiệp	4
	CLO3.3	Tạo dựng các giá trị văn hóa dựa trên sự đồng thuận và tự nguyện của tập thể	4
	CLO3.4	Có tinh thần thái độ học tập nghiêm túc	3

6. NỘI DUNG HỌC PHẦN

6.1. Phân bổ thời gian tổng quát

STT	Tên chương	CĐR học phần	Phân bổ thời gian (tiết)			
			Tổng	Lý thuyết	Thực hành	Tự học
1	Chương 1. Tổng quan văn hóa doanh nghiệp	CLO1.1	12	4		8
2	Chương 2: Các chức năng và nội dung cơ bản của văn hóa doanh nghiệp	CLO1.1	12	4		8
3	Chương 3. Cấu trúc cơ bản hình thành văn hóa doanh	CLO1.2; CLO1.3;CLO2.1	18	6		12
4	Chương 4. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp	CLO1.3; CLO2.2; CLO3.1;CLO3.2; CLO3.3	18	6		12
5	Chương 5. Văn hóa trong các hoạt động kinh doanh	CLO1.3;CLO2.3; CLO3.1	30	10		20

Tổng	90	30	60
-------------	-----------	-----------	-----------

6.2. Nội dung chi tiết học phần

Chương 1. Tổng quan văn hóa doanh nghiệp

- 1.1. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp
- 1.2. Mục đích, ý nghĩa và vai trò của VHDN
- 1.3. Các yếu tố cấu thành và tiêu chí xây dựng VHDN

Chương 2: Các chức năng và nội dung cơ bản của văn hóa doanh nghiệp

- 2.1. Chức năng của Văn hóa doanh nghiệp
 - 2.1.1. Chức năng chỉ đạo
 - 2.1.2. Chức năng ràng buộc
 - 2.1.3. Chức năng khuyến khích
 - 2.1.4. Chức năng lan truyền
- 2.2. Nội dung cơ bản của Văn hóa doanh nghiệp
 - 2.2.1. Quan niệm giá trị của doanh nghiệp
 - 2.2.2. Xây dựng Phương thức và chế độ quản lý
 - 2.2.3. Sự thể hiện trong hành động của nhân viên
 - 2.2.4. Tạo lập giá trị văn hóa vật chất của doanh nghiệp
 - 2.2.5. Những thách thức trong thực thi văn hóa doanh nghiệp

Chương 3. Cấu trúc cơ bản hình thành văn hóa doanh nghiệp

- 3.1. Hình thành văn hóa doanh nghiệp từ các yếu tố giá trị
 - 3.1.1. Các giá trị
 - 3.1.2. Quản lý bằng giá trị
- 3.2. Hình thành văn hóa doanh nghiệp từ các yếu tố chuẩn mực
 - 3.2.1. Tính nhân văn
 - 3.2.2. Sự thật và lẽ phải
 - 3.2.3. Bản chất con người
 - 3.2.4. Hành vi con người
 - 3.2.5. Mối quan hệ với con người
- 3.3. Hình thành văn hóa doanh nghiệp từ các yếu tố phong cách quản lý
 - 3.3.1. Phong cách quản lý
 - 3.3.2. Phân loại phong cách quản lý

3.3.3. Các biểu trưng phong cách quản lý

Chương 4. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp

4.1. Các giai đoạn hình thành VHDN

4.1.1. Giai đoạn đầu

4.1.2. Giai đoạn giữa

4.1.3. Giai đoạn chín mùi và nguy cơ suy thoái

4.2. Các dạng văn hóa doanh nghiệp

4.2.1. Theo phân cấp quyền lực

4.2.2. Theo cơ cấu định hướng về con người và nhiệm vụ

4.2.3. Theo mối quan tâm đến nhân tố con người và mối quan tâm đến thành tích

4.2.4. Theo vai trò nhà lãnh đạo

4.3. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay

4.3.1. Ảnh hưởng của văn hóa dân tộc và môi trường kinh doanh đến sự hình thành và phát triển văn hóa doanh nghiệp Việt Nam

4.3.2. Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp VN

Chương 5. Văn hóa trong các hoạt động kinh doanh

5.1. Văn hoá ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp

5.1.1. Vai trò và biểu hiện của VH ứng xử trong nội bộ DN

5.1.2. Tác động của văn hoá ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp

5.1.3. Những điều cần tránh trong văn hoá ứng xử nội bộ doanh nghiệp

5.2. Văn hoá trong xây dựng và phát triển thương hiệu

5.2.1. Văn hoá - Chiều sâu của thương hiệu

5.2.2. Văn hoá công ty và thương hiệu

5.2.3. Một số khía cạnh VH cần lưu ý trong xây dựng thương hiệu

5.3. Văn hoá trong hoạt động Marketing

5.3.1. VH trong lựa chọn thị trường mục tiêu

5.3.2. Văn hoá trong các quyết định về sản phẩm

5.3.3. Văn hoá trong các hoạt động truyền thông marketing

5.4. Văn hoá ứng xử trong đàm phán và thương lượng

5.4.1. Quan niệm về đàm phán và thương lượng trong hoạt động kinh doanh

5.4.2. Biểu hiện của văn hoá ứng xử trong đàm phán và thương lượng

5.4.3. Tác động của văn hoá ứng xử đến đàm phán và thương lượng

5.4.4. Những điều cần tránh trong đàm phán và thương lượng

5.5. Văn hoá trong định hướng với khách hàng

- 5.5.1 Ảnh hưởng của văn hóa đến quyết định của khách hàng
- 5.5.2 Xây dựng phong cách văn hóa doanh nghiệp định hướng vào khách hàng
- 5.5.3 Phát triển môi trường văn hóa đặt khách hàng lên trên hết

7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN

- Thang điểm đánh giá 10/10
- Kế hoạch đánh giá học phần cụ thể như sau:

Hình thức đánh giá [1]	Thời điểm [2]	Chuẩn đầu ra học phần [3]	Tỉ lệ (%) [4]	Rubric [5]
Quá trình			10	
Tham dự lớp học	Thường xuyên	CLO3.4	5	I.1_13
Tham gia thảo luận, phát biểu xây dựng bài	15/15	CLO1.1; CLO1.2, CLO1.3; CLO1.4; CLO2.1; CLO2.2; CLO2.3 CLO3.1, CLO3.2; CLO3.3;	5	I.2_13; I.3_13
Thi giữa kỳ			20	
Bài tự luận/ trắc nghiệm trên lớp	Tuần 8	CLO1.2, CLO1.3; CLO1.4; CLO2.1; CLO2.2; CLO3.1, CLO3.2; CLO3.3;	20	Theo đáp án
Thi cuối kỳ			70	
Bài tự luận	Kết thúc HP	CLO1.1; CLO1.2, CLO1.3; CLO1.4; CLO2.1; CLO2.2; CLO3.1, CLO3.2; CLO3.3;	70	Theo đáp án

8. NGUỒN HỌC LIỆU

8.1. Sách, giáo trình

[1] Tập bài giảng Văn hóa doanh nghiệp (2021), khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Công Nghiệp Thực phẩm Tp. Hồ Chí Minh.

8.2. Tài liệu tham khảo

[2] Nguyễn Mạnh Quân (2009), *Đạo đức kinh doanh và văn hóa của công ty*, Nhà xuất bản đại học Kinh Tế Quốc Dân

[3] Nguyễn Mạnh Quân (2012), *Văn hóa doanh nghiệp*, Tài liệu dành cho đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa

[4] Đỗ Hữu Hải (2019), *Giáo trình văn hóa doanh nghiệp*, Nhà xuất bản đại học Kinh Tế Quốc Dân,

[5] EDGAR H.SCHEIN (2004), *Organizational Culture and leadership third edition*, A Wiley Imprint

http://www.untagsmd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_2/ORGANIZATIONAL%20CULTURE%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf

9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN

Sinh viên có nhiệm vụ:

- Tham dự trên 75% giờ học lý thuyết;
- Chủ động lên kế hoạch học tập:
 - + Đọc trước tài liệu do giảng viên cung cấp hoặc yêu cầu;
 - + Ôn tập các nội dung đã học; tự kiểm tra kiến thức bằng cách làm các bài trắc nghiệm kiểm tra hoặc các chuyên đề được cung cấp trên teams class.
- Tích cực tham gia các hoạt động thảo luận, vấn đáp trên lớp;
- Hoàn thành đầy đủ, trung thực và sáng tạo các bài tập, tiểu luận theo yêu cầu;
- Dự kiểm tra trên lớp (nếu có) và thi cuối học phần.

10. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN

- Phạm vi áp dụng: Đề cương này được áp dụng cho chương trình đào tạo trình độ đại học, khối tự nhiên và xã hội khóa 11DH;

- Giảng viên: Sử dụng đề cương học phần tổng quát này làm cơ sở để biên soạn đề cương học phần chi tiết phục vụ giảng dạy, biên soạn bộ đề thi, kiểm tra;

- Sinh viên: Sử dụng đề cương học phần tổng quát này làm cơ sở để biết các thông tin về học phần, từ đó xác định nội dung học tập và chủ động lên kế hoạch học tập phù hợp nhằm đạt được kết quả mong đợi;

- Đề cương học phần tổng quát được ban hành kèm theo chương trình đào tạo và công bố đến các bên liên quan theo quy định.

11. PHÊ DUYỆT

Phê duyệt lần đầu

Phê duyệt bản cập nhật lần thứ: 2

Ngày phê duyệt: 25/08/2020

Trưởng khoa

Trưởng Bộ môn

Chủ nhiệm học phần

BÙI HỒNG ĐĂNG

Ngô Văn Thọ

Phạm Xuân Hưởng