

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2021 14:48:15

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfd66a39c438608e199746501

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

Факультет экономики и управления

Кафедра «Менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по

учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2020 г.



**Рабочая программа дисциплины
Управление корпоративной культурой**

**Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент**

**Квалификация выпускника
Магистр**

**Для всех
форм обучения**

Симферополь 2020

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистра	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины	18
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	18
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	19
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	19

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательных программ

В результате освоения ОПОП магистра обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по модулю
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - как действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - как разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<ul style="list-style-type: none"> - как разрабатывать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
ПК-5	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; - разрабатывать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию; - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

--	--

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистра

Дисциплина (ФТД.В.01.) «Управление корпоративной культурой» относится к вариативной части блока дисциплины.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) модуля составляет **2** зачетных единиц(ЗЕ), **72** академических часа.

3.1. Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах) для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицу 72 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	72
Контактная работа	22
Аудиторная работа (всего):	18
Лекции	6
Семинары, практические занятия	12
Самостоятельная работа обучающихся	50
Зачет	4

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы 72 часов

Объём дисциплины	Вс
Общая трудоёмкость дисциплины	72
Контактная работа	10
Аудиторная работа (всего):	6
Лекции	4
Семинары, практические занятия	2
Самостоятельная работа обучающихся	62
Зачет	4

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоёмкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№	Наименование темы	Всего		Количество часов					
		ОФО	ЗФО	Контактная работа (аудиторная работа)				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практичesk.		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции	10	10	2	2	2		6	8
2	Концепция культуры организации	8	8			2		6	8
3	Технологии диагностики и управления корпоративной культурой	10	11	2	2	2	1	6	8
4	Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации	10	9	2		2	1	6	8
5	Параметры корпоративной репутации	8	8			2		6	8

6	Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства	8	8			2		6	8
7	Этические стандарты корпоративного поведения	6	8					6	8
8	Деловые культуры в международном бизнесе	8	6					8	6
	Всего по дисциплине	68	68	6	4	12	2	50	62
	зачет	4	4					4	4
	Итого	72	72	6	4	12	2	54	66

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции

Этика как явление духовной культуры. Специфика нравственной регуляции общественных отношений. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология. Профессиональная мораль - средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности.

Тема 2. Концепция культуры организации

Структура корпоративной культуры. Соотношение понятий культура, этика, этикет. Понятие «корпоративная культура» и ее принципы. Западная и восточная деловые культуры. Типы корпоративной культуры: иерархическая, рыночная, клановая, адхократическая. Необходимость управления культурой организации.

Основные концепты, ассоциируемые с культурой (цели, ценности, миссия, символы, традиции и другие). Взаимодополняемость поверхностного и глубинного уровней культуры. Культурная парадигма как совокупность представлений об отношениях. Модели и типы корпоративных культур.

Тема 3. Технологии диагностики и управления корпоративной культурой

Динамика изменений организации. Организация на начальной стадии жизненного цикла: становление культуры и лидерство. Проблема преемственности культуры для организации среднего возраста и роль руководителя.

Алгоритм построения модели культуры организации. Восприятие культуры организации ее стейкхолдерами. Построения профиля корпоративной культуры и его интерпретация. Валидность инструмента оценки корпоративной культуры.

Тема 4. Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации

Концептуальные модели имиджа. Репутация и имидж: соотношение понятий. Атрибуты корпоративного имиджа. Основы формирования корпоративного имиджа. Роль корпоративной философии в формировании имиджа. Формы декларирования корпоративной философии. Технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.

Тема 5. Параметры корпоративной репутации

Репутационный менеджмент как одна из задач стратегического управления.

Миссия, ценности и история компании -основа репутационной стратегии

Основные принципы формирования внутренней идеологии и корпоративной культуры. Диагностика профилей корпоративных культур. Влияние различных факторов и культур на корпоративную репутацию.

Комплексные программы развития корпоративной культуры предприятия.

Тема 6. Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства.

Факторы становления концепции корпоративной социальной ответственности(Corporate SocialResponsibilityCSR). Корпоративная социальная ответственность (КСО) как приоритет ЕС и ООН. КСО как философия современного бизнеса. КСО и национальные деловые культуры.

Социальная ответственность бизнеса: зарубежный и отечественный опыт. Зарубежный опыт развития КСО. Социальные нефинансовые отчеты.

Особенности развития КСО в России. Формы и виды социальной ответственности современного бизнеса. Понятие внешней и внутренней КСО.

Тема 7. Этические стандарты корпоративного поведения

Корпоративный кодекс как способ закрепления стандартов поведения в организации. Функции, содержание и структура корпоративного кодекса.

Морально-психологический климат организации. Методы формирования здоровой этической основы деловых отношений в организации. Административная этика или этика служебных взаимоотношений.

Деловой имидж сотрудника организации, его составные элементы.

Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес -среде.

«Яппи» или «экспи»: стили самопрезентации представителей деловой бизнес-элиты. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности. Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Корпоративные мероприятия.

Тема 8. Деловые культуры в международном бизнесе

Особенности делового общения представителей различных культур.

Классификация деловых культур в международном бизнесе: моноактивные, полиактивные и реактивные (Д.Р. Льюис). Национальные модели корпоративного управления. Значимость учета социокультурной специфики партнеров для повышения эффективности делового сотрудничества. Межкультурная коммуникация и нравственность в транснациональных корпорациях. Становление российской деловой культуры.

4.3 Темы практических занятий

Тема 1. Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции

1. Этика как явление духовной культуры.
2. Специфика нравственной регуляции общественных отношений.
3. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология.

Тема 2. Концепция культуры организации

1. Структура корпоративной культуры.
2. Соотношение понятий культура, этика, этикет. Понятие «корпоративная культура» и ее принципы. Западная и восточная деловые культуры.
3. Типы корпоративной культуры: иерархическая, рыночная, клановая, адхократическая.
4. Модели и типы корпоративных культур.

Тема 3. Технологии диагностики и управления корпоративной культурой

1. Динамика изменений организации.
2. Организация на начальной стадии жизненного цикла: становление культуры и лидерство.
3. Построения профиля корпоративной культуры и его интерпретация. Валидность инструмента оценки корпоративной культуры.

Тема 4. Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации

1. Концептуальные модели имиджа.
2. Атрибуты корпоративного имиджа.
3. Технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.

Тема 5. Параметры корпоративной репутации

1. Репутационный менеджмент как одна из задач стратегического управления.
2. Миссия, ценности и история компании -основа репутационной стратегии
3. Основные принципы формирования внутренней идеологии и корпоративной культуры.

Тема 6. Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства.

1. Факторы становления концепции корпоративной социальной ответственности(Corporate SocialResponsibilityCSR).
2. Социальная ответственность бизнеса: зарубежный и отечественный опыт. Зарубежный опыт развития КСО. Социальные нефинансовые отчеты.
3. Особенности развития КСО в России.

Тема 7. Этические стандарты корпоративного поведения

1. Корпоративный кодекс как способ закрепления стандартов поведения в организации. Функции, содержание и структура корпоративного кодекса.
2. Морально-психологический климат организации. Методы формирования здоровой этической основы деловых отношений в организации. Административная этика или этика служебных взаимоотношений.
3. Деловой имидж сотрудника организации, его составные элементы.

Тема 8. Деловые культуры в международном бизнесе

1. Особенности делового общения представителей различных культур.
2. Классификация деловых культур в международном бизнесе: моноактивные, полиактивные и реактивные (Д.Р. Льюис).
3. Национальные модели корпоративного управления. Значимость учета социокультурной специфики партнеров для повышения эффективности делового сотрудничества.
4. Становление российской деловой культуры.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы магистров

Тема (разделы)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ОФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Деловая этика и корпоративные отношения: сущность, функции	6	8	Учебно-методическое пособие
2	Концепция культуры организации	6	8	Учебно-методическое пособие
3	Технологии диагностики и управления корпоративной культурой	6	8	Учебно-методическое пособие
4	Влияние корпоративной культуры на формирование имиджа организации	6	8	Учебно-методическое пособие
5	Параметры корпоративной репутации	6	8	Учебно-методическое пособие
6	Социальная ответственность в контексте нравственной саморегуляции современного предпринимательства	6	8	Учебно-методическое пособие
7	Этические стандарты корпоративного поведения	6	8	Учебно-методическое пособие
8	Деловые культуры в международном бизнесе	8	6	Учебно-методическое пособие

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ОК-2

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
как действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения 6.2.1. (1- 20), 6.2.2. (1-8), 6.2.3. (1-10)	действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения 6.2.1. (21-40), 6.2.2. (9- 16), 6.2.3. (11- 20)	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения 6.2.1. (41-60), 6.2.2. (17-23), 6.2.3. (21-30)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		

Знает, если выполнил 6.2.1. (1- 20), 6.2.2. (1-8), 6.2.3. (1-10)
 Умеет, если выполнил 6.2.1. (21-40), 6.2.2. (9- 16), 6.2.3. (11- 20)
 Владеет, если выполнил 6.2.1. (41-60), 6.2.2. (17-23), 6.2.3. (21-30)

Компетенция ПК-2

способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
как разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
6.2.1. (1-22), 6.2.2. (1-6), 6.2.3. (1- 9)	6.2.1. (23-42), 6.2.2. (7-18), 6.2.3. (10-19)	6.2.1. (43-60), 6.2.2. (19-23), 6.2.3. (20-30)

Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания

Знает, если выполнил 6.2.1. (1-22), 6.2.2. (1-6), 6.2.3. (1- 9)
 Умеет, если выполнил 6.2.1. (23-42), 6.2.2. (7-18), 6.2.3. (10-19)
 Владеет, если выполнил 6.2.1. (43-60), 6.2.2. (19-23), 6.2.3. (20-30)

Компетенция ПК-5

владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

Этапы формирования компетенции

Знает	Умеет	Владеет
как разрабатывать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	разрабатывать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
6.2.1. (1-15), 6.2.2. (1-7), 6.2.3. (1-12)	6.2.1. (16-27), 6.2.2. (8-16), 6.2.3. (13-20)	6.2.1. (28-60), 6.2.2. (17-23), 6.2.3. (21- 30)

Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания

Знает, если выполнил 6.2.1. (1-15), 6.2.2. (1-7), 6.2.3. (1-12)
 Умеет, если выполнил 6.2.1. (16-27), 6.2.2. (8-16), 6.2.3. (13-20)
 Владеет, если выполнил 6.2.1. (28-60), 6.2.2. (17-23), 6.2.3. (21- 30)

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы

6.2.1. Вопросы к зачету

1. Понятие «корпоративная культура», ее функции. Отличия организационной и корпоративной культуры.
2. Структура корпоративной культуры. Классификация корпоративных культур.
3. Профессиональная мораль, как средство укрепления внутрикorporативных связей.
4. Типология Т. Дейла и А. Кеннеди. Типология Р. Куинна.
5. Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры.
6. Этапы изменения корпоративной культуры. . Модели и типы корпоративной культуры.
7. Доминирующая культура и субкультуры. Концептуальные модели имиджа. Репутация и имидж.
8. Атрибуты корпоративного имиджа. Основы формирования корпоративного имиджа.
9. Особенности личности руководителя.
10. Соотношение понятий лидерства и руководства.
11. Технологии формирования внешнего и внутреннего имиджа организации.
12. Роль руководителя в формировании корпоративной культуры.
13. Параметры корпоративной репутации
14. Миссия, ценности и история компании - основа репутационной стратегии.
15. Диагностика профилей корпоративных культур
16. Организация и проведение корпоративных мероприятий.
17. Особенности развития корпоративной социальной ответственности в России.
18. Понятие внешней и внутренней корпоративной социальной ответственности.
19. Корпоративная культура - объект социологического исследования.
20. Административная этика или этика служебных взаимоотношений.
21. Деловой имидж сотрудника организации, его составные элементы.
22. Бизнес – ритуалы, официальные мероприятия в профессиональной деятельности.
23. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении.
24. Корпоративная культура как проекция национальной культуры
25. Роль специалиста по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.
26. Корпоративные праздники и их роль в создании корпоративной культуры. Поведение персонала организации как элемент корпоративной культуры.
27. Классификация деловых культур в международном бизнесе (Д.Р. Льюис)
28. Становление российской деловой культуры.
29. Формирование корпоративной культуры. Поддержание корпоративно

культуры. Изменение корпоративно культуры Способы управления культурой.

30. Методы изменения культуры организации. Проблемы проведения стратегических изменений.

6.2.2. Темы рефератов

1. Роль дизайна в формировании корпоративной культуры.
2. Фирменный стиль.
3. Особенности русской организационной культуры.
4. История российской деловой культуры.
5. Американская деловая культура.
6. Японская национальная этика делового общения.
7. Европейская деловая культура.
8. «Служебный роман» и его роль в жизнедеятельности организации.
9. Семейные связи в организации.
10. Связи с общественностью в сфере корпоративной культуры.
11. Корпорация глазами сотрудников.
12. Восприятие корпорации деловыми партнерами.
13. Проблема отношения к деньгам.
14. Инновационная культура организации.
15. Консалтинг как способ формирования корпоративной культуры.
16. Коучинг как инструмент корпоративной культуры.
17. Корпоративная безопасность: как избежать проблем при увольнении сотрудников.
18. Корпоративная пресса.
19. Нематериальные формы мотивации.
20. Отношение к болезни сотрудников.
21. Культура организации на этапах ее жизненного цикла.
22. Организационный конфликт.
23. Разрешение коллективного трудового спора.

6.2.3. Тестовые задания

1. Власть и статус, награждения и наказания относятся к:

- А. проблемам внешней адаптации;
- Б. проблемам внутренней интеграции;
- В. проблемам выживания.

2. Миссия и стратегия, цели и средства относятся к:

- А. проблемам внешней адаптации;
- Б. проблемам внутренней интеграции;
- В. проблемам выживания.

3. Такие факты как использование пространства и времени, наблюдаемое поведение, язык входят в состав:

- А. поверхностного уровня изучения корпоративной культуры;
- Б. подповерхностного уровня;
- В. глубинного уровня.

4. Такие факты как особенности восприятия, мысли и чувства, подсознательные убеждения входят в состав:

- А. поверхностного уровня изучения корпоративной культуры;
- Б. подповерхностного уровня;
- В. глубинного уровня.

5. Цели, стратегия, ценности и верования входят в состав:

- А. поверхностного уровня изучения корпоративной культуры;
- Б. подповерхностного уровня;
- В. глубинного уровня.

6. Какая из функций корпоративной культуры позволяет сотруднику реализовать в рамках корпоративной культуры такие личностные мотивы как склонность к анализу и научным исследованиям:

- А. ценностно-образующая;
- Б. коммуникационная;
- В. мотивирующая;
- Г. познавательная;
- Д. стабилизационная;
- Е. нормативно-регулирующая;
- Ж. инновационная.

7. Какая из функций корпоративной культуры является мощным стимулом к росту производительности:

- А. ценностно-образующая;
- Б. коммуникационная;
- В. мотивирующая;
- Г. познавательная;
- Д. стабилизационная;
- Е. нормативно-регулирующая;
- Ж. инновационная.

8. Какая из функций корпоративной культуры заключается в достижении общего согласия на основе объединяющего действия важнейших элементов культуры, роста сплоченности коллектива:

- А. ценностно-образующая;
- Б. коммуникационная;
- В. мотивирующая;
- Г. познавательная;
- Д. стабилизационная;
- Е. нормативно-регулирующая;
- Ж. инновационная.

9. Какая из функций корпоративной культуры помогает организации выжить в условиях конкурентной борьбы:

- А. ценностно-образующая;
- Б. коммуникационная;
- В. мотивирующая;
- Г. познавательная;
- Д. стабилизационная;
- Е. нормативно-регулирующая;
- Ж. инновационная.

10. Какая из функций корпоративной культуры ведет к идентификации сотрудником себя с организацией:

- А. ценностно-образующая;
- Б. коммуникационная;
- В. мотивирующая;
- Г. познавательная;
- Д. стабилизационная;
- Е. нормативно-регулирующая;
- Ж. инновационная.

11. Благодаря какой функции корпоративной культуры усиливается вовлеченность каждого работника в дела организации:

- А. ценностно-образующая;
- Б. коммуникационная;
- В. мотивирующая;
- Г. познавательная;
- Д. стабилизационная;
- Е. нормативно-регулирующая;
- Ж. инновационная.

12. Назначение какой функции корпоративной культуры заключается в формировании у людей взглядов и отношений к смыслу жизни:

- А. ценностно-образующая;
- Б. коммуникационная;
- В. мотивирующая;
- Г. познавательная;
- Д. стабилизационная;
- Е. нормативно-регулирующая;
- Ж. инновационная.

13. Динамичное предпринимательское и творческое место работы характеризует:

- А. клановую культуру;
- Б. адхократическую культуру;
- В. иерархическую культуру;
- Г. рыночную культуру.

14. Ориентированность на результаты, жестко проводимая линия на конкурентоспособность характеризуют:

- А. клановую культуру;
- Б. адхократическую культуру;
- В. иерархическую культуру;
- Г. рыночную культуру.

15. Очень формализованное и структурированное место работы характеризует:

- А. клановую культуру;
- Б. адхократическую культуру;
- В. иерархическую культуру;
- Г. рыночную культуру.
- Д.

16. Очень дружественное место работы, где у людей масса общего характеризует:

- А. клановую культуру;
- Б. адхократическую культуру;
- В. иерархическую культуру;
- Г. рыночную культуру.

17. К каким методам организационного развития относятся формирование команд и развития межгрупповых связей:

- А. структурные методы;
- Б. процессуальные методы.

18. К каким методам организационного развития относятся ротация кадров, создание автономных рабочих групп, гибкий график работы:

- А. структурные методы;
- Б. процессуальные методы.

19. При какой корпоративной культуре полномочия и ответственность определяются позицией в иерархии:

- А. авторитарной культуре;
- Б. бюрократической культуре;
- В. культуре, ориентированной на задачу;
- Г. культуре, ориентированной на человека.

20. Какая корпоративная культура характеризуется централизацией власти, четкой структурой соподчинения:

- А. авторитарной культуре;
- Б. бюрократической культуре;
- В. культуре, ориентированной на задачу;
- Г. культуре, ориентированной на человека.

21. Какая культура свойственна организациям, провозглашающим своей миссией служение человеку:

- А. авторитарной культуре;
- Б. бюрократической культуре;
- В. культуре, ориентированной на задачу;
- Г. культуре, ориентированной на человека.

22. Характерным признаком какой культуры является концентрация ценностей вокруг качественных показателей деятельности:

- А. авторитарной культуре;
- Б. бюрократической культуре;
- В. культуре, ориентированной на задачу;
- Г. культуре, ориентированной на человека.

23. Сущность организационно-корпоративной культуры заключается в

- А. стандартах и нормах поведения;
- Б. миссии корпорации;
- В. ценностях компании, разделяемых большинством ее персонала и проявляющихся в его поведении;
- Г. корпоративной философии.

24. Наличие у сотрудников чувства корпоративной идентичности определяет

- А. делегирование полномочий;

Б. принятие культурных ценностей корпорации в качестве своих собственных;

В. осознание идеалов компании;

Г. принятие решений на основе консенсуса.

25. Материальная культура - это:

А. физические объекты, созданные человеческими руками (артефакты);

Б. законы, модели поведения, нормы, правила, знания;

В. идеи, язык, традиции.

26. Признак определяющий разницу понятий "организационная" и "корпоративная" культура:

А. принципиальная разница ценностей и свойств данных культур;

Б. принадлежность культуры организации или корпорации;

В. понятие "слабая культура" и "сильная культура".

27. К функциям корпоративной культуры относятся:

А. мировоззренческая функция;

Б. рекреативная функция ;

В. все перечисленные функции;

Г. образовательно-воспитательная функция;

Д. функция общественной памяти.

28. Корпоративную культуру, сложившуюся в корпорации можно изучать с помощью;

А. косвенных методов;

Б. SWOT-анализа;

В. изучения устного фольклора, интервью;

Г. изучения документов.

29. К элементам организационно-корпоративной культуры относят

А. обряды и ритуалы , ценности;

Б. мифы, легенды;

В. стратегии и цели;

Г. правильные ответы а-в;

Д. правильные ответы а, б.

30. В функции управления корпоративной культуры не входит функция:

А. исследования корпоративной культуры (КК);

Б. рмирования КК;

В. поддержания (обеспечение функционирования) КК;

Г. развития КК.

Ключи ответов на тесты

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Б	А	А	В	Б	Г	В	Д	Ж	Е	Б	А	Б	Г	В
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
А	Б	А	Б	А	Г	В	В	Б	А	Б	В	В	Д	А

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Корпоративная культура и управление изменениями. Пол Леви, Билл Мунк, Роберт Киган, Изд-во: Альпина Бизнес Букс, 2016 г. Мягкая обложка, 192 с.
2. Рецепты корпоративной культуры. Как изменить привычное поведение. Кевин М. Томсон Изд-во: Баланс Бизнес Букс, 2015 г., 272 с.

б) дополнительная литература:

1. Аксеновская Л.Н. Ордерная модель организационной культуры [Электронный ресурс]: монография/ Аксеновская Л.Н.— Электрон. текстовые данные. — М.: Академический Проект, Трикста, 2016. — 304 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/36447>. — ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Ковалева А.И. Организационная культура производственных предприятий [Электронный ресурс]: монография/ Ковалева А.И., Колмыкова М.А.— М.: Московский гуманитарный университет, 2016. — 138 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8445>. — ЭБС «IPRbooks».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

- <http://www.top-personal.ru> - Журнал «Управление персоналом».
- <http://www.hr-journal.ru/articles/oc> - Журнал «Работа с персоналом» раздел «Корпоративная (Организационная) культура».
- <http://www.hr-portal.ru/tags/korporativnaya-kultura> - Сообщество HR-менеджеров. Раздел Корпоративная культура.
- <http://www.corpculture.ru> – Институт корпоративной культуры
- <http://www.c-culture.ru> – Журнал «Корпоративная культура»
- <http://orgdevelopment.ru> – Сайт, посвященный проблемам организационного развития

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.

2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине , включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.