

**Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской  
Федерации» (Финансовый университет)  
Калужский филиал Финуниверситета  
Кафедра «Учет и менеджмент»**

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Директор Калужского филиала  
Финуниверситета

  
\_\_\_\_\_ В.А. Матчинов

«01» октября 2024 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**Корпоративная культура и корпоративные ценности**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ:** 39.03.01 «Социология»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА:** «Экономическая  
социология»

**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ:** очная

Автор: Акименко В.А.

Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент»  
Калужского филиала Финуниверситета  
(протокол № 03 от 27.09. 2024 г.)

Калуга, 2024

## 1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Корпоративная культура и корпоративные ценности» относится к дисциплинам модуля «Социология бизнеса и предпринимательства» дисциплин профиля и цикла профиля (элективной) части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 39.03.01 Социология образовательная программа «Экономическая социология»

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-1	Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности социолога	1. Осуществляет поиск информации в глобальных компьютерных сетях для выявления тенденций, закономерностей и противоречий.	Знания: тенденций, закономерностей и противоречий современной корпоративной культуры и корпоративных ценностей на основании современных данных из глобальной компьютерной сети  Умения: выявлять тенденции, закономерности и противоречия корпоративной культуры и корпоративных ценностей на основании современных данных из глобальной компьютерной сети
		2. Отбирает релевантные источники информации для решения профессиональных задач	Знания: релевантных источников информации для исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: отбирать релевантные источники информации для исследования корпоративной культуры и ценностей
		3. Владеет специализированными пакетами прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.)	Знания: методики применения специализированных пакетов прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.)  Умения: применять профессиональные пакеты прикладных программ для исследования корпоративной культуры и ценностей
ПКП-2	Способность разрабатывать организационную и техническую документацию по сбору данных социологического исследования в сфере экономики и финансов	1. Разрабатывает дизайн и обосновывает смету, план-график реализации исследовательского проекта в сфере экономики и финансов.	Знания: методики разработки дизайна, сметы, плана-графика реализации с исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: разрабатывать сопроводительные документы для организации и проведения исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей

		2. Владеет навыками и регламентами обеспечения конфиденциальности и достоверности информации.	Знания: регламента обеспечения конфиденциальности и достоверность исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: обеспечивать конфиденциальность и достоверность исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей
ПКП-3	Способность выстраивать коммуникации в проектной деятельности, защищать и представлять их результаты	1. Организует взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта.	Знания: технологии взаимодействия с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовании корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: организовывать социальное взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовании корпоративной культуры и корпоративных ценностей
		2. Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.	Знания: методики организации сбора и защиты данных, представление результатов исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: применять исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей

### 3. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 2

Объем дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 39.03.01 «Социология» образовательная программа «Экономическая социология» (очная форма обучения)

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.ед./ 108	108	-
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	34	34	-
<b>Лекции</b>	16	16	-
<b>Семинары, практические занятия</b>	18	18	-
<b>Самостоятельная работа</b>	74	74	-
<b>Вид текущего контроля</b>	Контрольная работа	Контрольная работа	-
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	Зачет	Зачет	-

#### 4. Нормативно-правовые документы, определяющие процедуру оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

Процедура оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов регулируется соответствующими приказами, распоряжениями ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

#### 5. Типовые задания для текущего контроля

#### Тестовые задания, ситуационные задачи, проблемные вопросы для обсуждения и другие материалы

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН-1.Способен применять современные информационно - коммуникационные технологии в профессиональной деятельности социолога	1. Осуществляет поиск информации в глобальных компьютерных сетях для выявления тенденций, закономерностей и противоречий.	Знания: тенденций, закономерностей и противоречий современной корпоративной культуры и корпоративных ценностей на основании современных данных из глобальной компьютерной сети  Умения: выявлять тенденции, закономерности и противоречия корпоративной культуры и корпоративных ценностей на основании современных данных из глобальной компьютерной сети	<b>Задание 1.</b> Составьте список исследовательских центров, одушевляющих исследования по корпоративной культуре
	2. Отбирает релевантные источники информации для решения профессиональных задач	Знания: релевантных источников информации для исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: отбирать релевантные источники информации для исследования корпоративной культуры и ценностей	<b>Задание 1.</b> Предложите релевантные источники информации для сбора больших данных о нарушениях корпоративной культуры в организации
	3. Владеет специализированными пакетами прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.)	Знания: методики применения специализированных пакетов прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.)  Умения: применять профессиональные пакеты прикладных программ для исследования корпоративной культуры и ценностей	<b>Задание 1.</b> Проведено исследование методом онлайн-анкетирования, напишите инструкцию для обработки результатов и выявления корреляционных зависимостей с «паспортичкой».

ПКП-2 Способность разрабатывать организационную и техническую документацию по сбору данных социологического исследования в сфере экономики и финансов	1. Разрабатывает дизайн и обосновывает смету, план-график реализации исследовательского проекта в сфере экономики и финансов.	Знания: методики разработки дизайна, сметы, плана-графика реализации с исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: разрабатывать сопроводительные документы для организации и проведения исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей	<b>Задание 1.</b> Предложите маршрутный лист для личного опроса студентов на ул. Чижевского г. Калуга
	2. Владеет навыками и регламентами обеспечения конфиденциальности и достоверности информации.	Знания: регламента обеспечения конфиденциальности и достоверность исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: обеспечивать конфиденциальность и достоверность исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей	<b>Задание 1.</b> Предложите смету для экспертного опроса по теме «Миссия корпорации в условиях глобализации и цифровизации»  <b>Задание 2.</b> Предложите дизайн исследования по теме «Новая корпоративная этика ООО «Лось»», при наличии бюджета в 10 000 000 руб. (срок реализации проекта 2 недели)
ПКП-3. Способность выстраивать коммуникации в проектной деятельности, защищать и представлять их результаты	1. Организует взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта.	Знания: технологии взаимодействия с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовании корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: организовывать социальное взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями, участвующими в исследовании корпоративной культуры и корпоративных ценностей	<b>Задание 1.</b> Предложите метод контроля качества данных для телефонного экспертного опроса  <b>Задание 2.</b> Предложите кодировку ответов экспертов
	2. Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.	Знания: методики организации сбора и защиты данных, представление результатов исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей  Умения: применять исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования корпоративной культуры и корпоративных ценностей	<b>Задание 1.</b> Напишите доказательное обоснование, что проведенное вами сплошное (выборочное) исследование по теме «Трудовые ценности в компании», является репрезентативным, надежным, валидным и релевантным. <b>Задание 2</b> Составьте список исследовательских центров, одушевляющих исследования по корпоративной культуре

## **6. Материалы для промежуточной аттестации**

### **6.1. Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине**

1. Сущность корпоративной культуры и ее функции
2. Отличия организационной и корпоративной культуры
3. Корпоративная культура в производственных и коммерческих организациях.
4. Социально-психологические и личностные компоненты корпоративной культуры
5. Структура корпоративной культуры
6. Классификация корпоративных культур
7. Типология Дж. Зоненфельда
8. Типология Т. Дейла и А. Кеннеди
9. Типология Р. Куинна
10. Типология М. Бурке
11. Виды корпоративных культур
12. Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры
13. Гендерные аспекты в корпоративной культуре
14. Методы диагностики: методика К. Камерона и Р. Куинна; методика Т. Дилла и А.Кеннеди; методика Г. Хофштеде
15. Основные методы формирования корпоративной культуры Принципы формирования корпоративной культуры
16. Этапы изменения корпоративной культуры
17. Модель процесса изменений К. Левина
18. Социально-психологический климат в группе
19. Совместимость и срабатываемость
20. Доминирующая культура и субкультуры
21. Особенности личности руководителя
22. Роль руководителя в формировании корпоративной культуры
23. Роль оценки и самооценки личности в структуре корпоративной культуры
24. Кодекс служебной этики и корпоративная культура
25. Организация и проведение корпоративных мероприятий
26. Методы диагностики корпоративной культуры
27. Построение профиля корпоративной культуры
28. Культурная сеть по Джонсону.
29. Знаково-символические элементы корпоративной культуры.
30. Корпоративный сайт: понятие, требования к оформлению и содержанию
31. Корпоративное общение: понятие, составляющие элементы, правила
32. Миссия и базовые ценности организации
33. Этика бизнеса: история возникновения, основные понятия, содержание Кодекса чести российского предпринимателя
34. Корпоративная этика: основные понятия, правила
35. Развитие корпоративной культуры в России
36. Кодекс этики: основные разделы и элементы.

## 6.2. Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации

### Тестовые задания

1. В каком веке впервые был применен термин «Корпоративная культура»:
  - а) XX;
  - б) XIX;
  - в) XVIII;
  - г) XXI.
  
2. Кто первым сформулировал термин «Корпоративная культура»?
  - а) Хельмут фон Мольтке;
  - б) Генри Форд;
  - в) Акио Морита;
  - г) Ричард Бренсон.
  
3. Какое определение является верным?
  - а) Корпоративная культура — это сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами коллектива и задающих общие рамки поведения;
  - б) Корпоративная культура — это сложный комплекс предположений, требующий доказательства начальства своим подчиненным;
  - в) Корпоративная культура — это комплекс правил, связанный только с внешним видом сотрудников предприятия;
  - г) Корпоративная культура — это комплекс мероприятий самодеятельности коллективов предприятия.
  
4. Современные руководители и управляющие рассматривают культуру своей организации как:
  - а) Коллективный способ отдыха;
  - б) Основной фактор формирования прибыли предприятия;
  - в) Мощный стратегический инструмент;
  - г) Способ формирования положительного мнения о себе.
  
5. Носители корпоративной культуры – это:
  - а) Высший менеджмент компании;
  - б) Только генеральный директор;
  - в) Сотрудники нижней ступени;
  - г) Сотрудники компании всех уровней.
  
6. Сколько времени необходимо потратить на формирование корпоративной культуры?
  - а) Не более одной недели, пока начальство не сформулирует правила поведения в вашей фирме на бумаге и не раздаст сотрудникам;

- б) Корпоративная культура формируется несколько лет, так как для этого должны смениться несколько уровней сотрудников;
- в) Несколько недель, пока каждый сотрудник не станет себя вести согласно правилам корпоративной культуры;
- г) Несколько месяцев, пока не будут тщательно опробованы и утверждены все правила поведения.

7 Должен ли руководитель подчиняться правилам корпоративной культуры предприятия?

- а) Нет, так как он руководитель и может поступать так, как он считает нужным;
- б) В большинстве случаев нет. Руководителю стоит придерживаться только базовых правил;
- в) В большинстве случаев да, так как он тоже является частью предприятия;
- г) Всегда да, ведь когда высшее руководство разрабатывает и утверждает определенную систему правил, оно должно также придерживаться их.

8 Может ли корпоративная культура изменяться с течением времени?

- а) Нет, потому что сформированная корпоративная культура бездоказательно принимается всеми сотрудниками фирмы;
- б) Да, потому что с организацией постоянно происходят различные процессы, влияющие как на предприятие в целом, так и на сотрудников и руководство по отдельности;
- в) Да, но только при полном перепрофилировании предприятия;
- г) Да, но только после слияния с другой организацией.

9 Процесс разработки корпоративной культуры идет:

- а) «Снизу вверх» и «сверху вниз»;
- б) Только «Сверху вниз»;
- в) Только «Снизу вверх»;
- г) Параллельно «вверх» и «вниз».

10. Модель корпоративной культуры по Э. Шейну представляет собой...

- а) 3-уровневую систему, в основе которой лежит мировоззрение организации
- б) круговую диаграмму, в центре которой находятся ценности организации
- в) 4-уровневую систему, в основе которой лежит мировоззрение организации
- г) 3-уровневую систему, в основе которой лежит отношение организации ко времени
- д) разворачивающуюся во времени и пространстве спираль
- е) 3-уровневую систему, в основе которой лежат образцы поведения в организации

11. Совокупность основных ценностей, норм и правил деятельности, обычаев и традиций, сформированных или разработанных определенной группой, которые принимаются сотрудниками предприятия и передаются всем поступившим на работу сотрудникам в качестве правильного образа восприятия, мышления и отношения к конкретным ситуациям и проблемам:

- а) корпоративная культура
- б) философия организации
- в) миссия
- г) цель организации
- д) лояльность персонала

12. К основным характеристикам корпоративной культуры относятся:

- а) доминирующие ценности (основные ценности, которых придерживается организация, и которые должны разделять и ее члены),
- б) деловая этика организации,
- в) существующие стандарты поведения,
- г) принципы, нормы, правила, принятые в организации, связанные с поведением в организации,
- д) отношениями с деловыми партнерами, потребителями, обществом
- е) а, б, в, г, д

13. Что НЕ относится к функциям корпоративной культуры?

- а) формирование, накопление, передача, хранение ценностей организации;
- б) формирование системы знаний;
- в) формирование системы внутренних коммуникаций, и связей внутри организации по вертикали и горизонтали;
- г) формирование системы внешних коммуникаций и связей организации, целеполагание;
- д) разработка мероприятий по увольнению сотрудников;
- е) формирование культуры трудового, производственного и других материальных процессов.

14. Первый, самый очевидный поверхностный уровень культуры по Э. Шэйну — «крона», так называемые артефакты, - представляет собой:

- а) интерьер офиса
- б) образцы поведения сотрудников
- в) язык организации
- г) обряды и ритуалы
- д) а, б, в, г,
- е) а, б, в

15. Какой вид корпоративной культуры НЕ относится к классификации по методу ОСАИ:

- а) клановая

- б) рыночная
- в) позитивная
- г) иерархическая
- д) адхократическая

16. Организационная культура какого типа характеризуется жесткой иерархией, существуют роли отца и матери, старших и младших сестер и братьев.

- а) семья
- б) друзья
- в) культура начальника
- г) а, б
- д) в, г

17. Какой тип корпоративной культуры формируется коллективом, его неформальными лидерами?

- а) формальная
- б) неформальная
- в) адхократическая
- г) клановая
- д) рыночная

18. Благожелательное, корректное, уважительное отношение к кому-нибудь или чему-нибудь, соблюдение существующих правил, норм, предписаний даже при несогласии с ними.

- а. лояльность
- б. корпоративная культура
- в. адаптация
- г. управление карьерой
- д. анкетирование

19. Лояльность персонала – это

- а. низкая степень преданности сотрудника интересам компании и порядочность по отношению к ней
- б. высокая степень преданности сотрудника интересам компании и порядочность по отношению к ней
- в. высокая степень преданности клиента интересам компании и порядочность по отношению к ней
- г. низкая степень преданности клиента интересам компании и порядочность по отношению к ней
- д. нет правильного ответа

20. Основные параметры, включаемые в понятие лояльность:

- а. честность (по отношению к коллегам, руководству, сознательный отказ от нанесения ущерба предприятию);

- б. корректность (соблюдение ценностей предприятия, приверженность ее целям, поведение, направленное на укрепление ее имиджа);
- в. полезность (усилия, направленные на наиболее полную реализацию миссии, достижение ее целей).

4 Ориентированность на результаты, жестко проводимая линия на конкурентоспособность характеризуют:

- а. клановую культуру;
- б. адхократическую культуру;
- в. иерархическую культуру;
- г. рыночную культуру.

21. На каком из уровней проявления корпоративной культуры происходит формирование ценностей, норм организационного поведения:

- а. на уровне личности;
- б. на уровне группы;
- в. на уровне организации.

22 Представьте, что все механизмы корпоративной культуры созданы, запущены, получены первые результаты, возможно, выраженные в твердой валюте. Что стоит сделать

- а) Успокоиться, так как задача выполнена и процесс формирования корпоративной культуры завершен;
- б) Следить за тем, чтобы количество жалоб сотрудников не превысило определенный
- в) Не опускать рук, потому что процесс формирования корпоративной культуры в принципе не может закончиться.

23 Ценность профессионально-трудовой деятельности как способа реализации ценности саморазвития, а также ценность предприятия как условия реализации саморазвития фиксирует:

- а) Позитивная культура;
- б) Негативная культура;
- в) Положительная культура;
- г) Отрицательная культура.

24 Отражает ситуацию, когда деятельность на конкретном предприятии в различной степени выгодна сотруднику, но не ценна с точки зрения его саморазвития и самореализации:

- а) Позитивная культура;
- б) Негативная культура;
- в) Положительная культура;
- г) Отрицательная культура

25 По типологии Дж. Зонненфельда ключевые успешные сотрудники считают себя «свободными игроками», за них между работодателями ведется активная конкуренция на рынке рабочей силы. О какой корпоративной культуре идет речь?

- а) Бейсбольная команда;
- б) Клубная культура;
- в) Академическая культура;
- г) Оборонная культура.

26 По типологии Дж. Зонненфельда эта культура характеризуется лояльностью, преданностью и сработанностью сотрудников, командной работой. Стабильные и безопасные условия способствуют поощрению возраста сотрудников, опыта и должностного преимущества. Карьерный рост происходит медленно и постепенно. От работника ожидают, что на каждом новом уровне он должен постигнуть все тонкости данной работы и овладеть мастерством, поэтому работники имеют широкий профессиональный кругозор. О какой корпоративной культуре идет речь?

- а) Бейсбольная команда;
- б) Клубная культура;
- в) Академическая культура;
- г) Оборонная культура.

27 Расположите в верной последовательности этапы развития корпоративной культуры.

- 1 Определение миссии организации;
- 2 Определение базовых потребностей организации;
- 3 Формулировка стандартов поведения членов организации;
- 4 Описание традиций и символики организации.

28 Аналог рекламного слогана, предназначение которого – позиционирование компании,

отражающее то лучшее, что компания предлагает это:

- а) Дисклеймер;
- б) Девиз;
- в) Миссия;
- г) Цель.

29 Призван подчеркивать индивидуальный имидж компании и выражать ее ключевые ценности языком графики. Выражается в оформлении деловой документации, офисного пространства, а также во всех коммуникациях. О чем идет речь?

- а) Дресс-код;
- б) Логотип;
- в) Бренд;
- г) Корпоративный стиль.

30 Душой и верой организации является:

- а) Корпоративный дух;
- б) Корпоративная религия;
- в) Генеральный директор;
- г) Арт-директор.

### **6.3. Типовые практико-ориентированные задания для проведения промежуточной аттестации**

#### **Задание 1.**

##### **Кейс «В поисках общих ценностей»**

Компания «N» существует уже более десяти лет. На сегодняшний день входит в число лидеров России по производству своей продукции и оказанию услуг по её сервисному обслуживанию и сопровождению. Налицо стремление на всех уровнях сделать работу организации максимально «клиентоцентрированной». Компания «N» считает обучение персонала чрезвычайно важным условием реализации своих стратегических целей. В рамках диверсификации своего бизнеса уже более трех лет развивает новое направление. Год назад компания расширила свой бизнес за счет покупки активов разорившегося конкурента. Однако синергетического эффекта не наблюдается, коллектив работников не работает как одна команда, налицо достаточно жесткое разделение сотрудников в зависимости от того какая из двух компаний принимала их на работу. Необходимо помочь представителям различных рабочих коллективов, сформировавшихся в рамках развития двух разных компаний, найти общий язык, объединить их общими ценностями и целями. Одна из основных задач службы управления человеческими ресурсами - создание условий для слаженной работы служб и подразделений. И в успешном решении ее существенную роль играет развитие человеческих, межличностных отношений. Предложите алгоритм действий, которые ЧР-служба должна разработать и реализовать для получения синергетического эффекта от приобретения дополнительных активов. Какова роль межличностных отношений для функционирования организации? 1. Может ли ЧР-служба оказать влияние на структуру и функционирование неформального общения? 2. Какие имеющиеся ресурсы ЧР-служба может задействовать для преодоления ситуации разделения сотрудников, в зависимости от их принадлежности к двум компаниям? 3. Какие социологические методы целесообразно использовать для диагностики проблемы?

**Задание 2.** На примере своей организации напишите кейс по следующему плану ТЕХНОЛОГИЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КЕЙСА (типовая)

Сюжетная часть (описание ситуации, содержащее информацию, позволяющую понять окружение, при котором развивается ситуация, с указанием источника получения данных) – наличие реально существующей ситуации, на основе которой разработан кейс; – название организации, его особенности; – общее состояние дел в организации, ее слабые и сильные стороны; – управленческая стратегия 112 – организационная культура; – имена и должности главных персонажей; – ключевые фигуры в управленческой группе; характер взаимодействия.

Информационная часть (то, что позволит более правильно понять развитие событий)

– этапы развития организации, важные моменты в истории развития, успехи и неудачи;

– стиль работы организации, стиль управления руководства;

– краткое описание проблемы, желательно привести несколько различных точек зрения (как она видится разными участниками событий);

– определённая хронология развития ситуации с указанием действий или воздействующих факторов, желательно оценить результаты их воздействия; – предпринятые действия по ликвидации проблемы (если таковые предпринимались), какие результаты они давали;

– какие ресурсы могут быть выделены на решение данной ситуации.

Сюжетная и информационная части могут существовать как относительно независимые (информация может быть вынесена в приложение), так и тесно переплетаясь. Назначение и задание должны быть чётко сформулированы.

### Задание 3.

1. Разделите задачи современного менеджмента на две группы:

- задачи, связанные с изменениями внутренней среды организации

- задачи, связанные с изменениями внешней среды.

Заполните таблицу:

Задачи, связанные с изменениями внутренней среды	Задачи, связанные с изменениями внутренней и внешней среды
1	
1	
2 и т.д.	
2 и т.д.	

2. Заполните следующую таблицу:

Принципы работы и культуры современной корпорации:

Принципы работы	Принципы культуры корпорации и работника
1 Общение с потребителем	
2 Регулирование деятельности поставщиков и продавцов	
3 ориентация на перемены: - адаптивная организационная структура	

- управление персоналом -оптимизация трудовых процессов	
---	--

**Задание 4.** Прочитайте и проанализируйте различные определения организационной и корпоративной культуры. Выделите общее, что есть во всех определениях. Покажите различия в определениях разных авторов (российских и зарубежных). На основе проведенного анализа сформулируйте своё рабочее понятие организационной культуры.

**Задание 5.** Объясните, чем вызван научный интерес к корпоративной культуре сегодня? Почему организации в России до недавнего времени практически не занимались вопросом целенаправленного формирования корпоративной культуры?

**Задание 6.** На примере вашего учебного заведения поясните типологию субкультур в организации.

**Задание 7.** Исследователи выделяют проблемы в области организационной культуры: - проблема содержания, которое вкладывается в это понятие;

- субъективизм восприятия культуры и ее элементов, а также субъективизм оценки уровня, состояния культуры корпорации;

- управление корпоративной культурой, включающее построение единого материального и социального организма;

- достижение гармонии культуры;

- невозможность универсальных рецептов для всех организаций и на все случаи жизни. Поясните на примерах, как вы понимаете указанные проблемы.

**Задание 8.** Прочитайте примеры и объясните, какие противоречия наблюдаются в культуре данных компаний. Пример 1. В деятельности крупнейшего российского производителя молочной продукции и соков – компании Wimm-Bill-Dann существует многое из того, что есть в западных компаниях. Спортивные состязания и своя футбольная команда, совместные праздники и поездки с семьями за город, программы обучения и развития персонала, стажировки за границей, помощь психолога. Кстати, если дети сотрудников приходят трудиться на предприятия WBD, это тоже приветствуется. Недавно здесь стали издавать собственную газету. Сначала думали выпускать для каждого из восьми заводов компании отдельную многотиражку, но поняли, что нужна общая для всех газета, потому что главное для корпорации – соединить патриотические чувства людей к своему предприятию в единый дух одной большой команды. И тогда они не будут разделяться на царицынских, раменских и лианозовских, а будут с гордостью говорить: «Мы – вимм-билльданновские» и вслед за этим: «Российское – значит лучшее». Пример 2. В 5-звездочном подмосковном отеле всё сверкает, чистота, швейцар в ливрее встречает у входа, красивые интерьеры, на завтрак подают устриц. Во время обеда в ресторане подают только белый хлеб. Группа постояльцев спросили официанта, нельзя ли подать черный хлеб, на что официант ответил, не задумываясь: «У нас черный хлеб не подают».

**Задание 9.** Перечислите характеристики организационной культуры, присущие организациям разных сфер деятельности: ИТкомпаниям, банкам, образовательным учреждениям, предприятиям розничной торговли, медицинским организациям, строительным компаниям. Покажите связь между внешними проявлениями и убеждениями. Например, неформальный стиль одежды в компаниях, производящих программное обеспечение, – это выражение убежденности, что крахмальные сорочки и галстуки убивают творчество.

**Задание 10.** Используя материал из задания 9, определите факторы, оказавшие наибольшее влияние на различия организационных культур сравниваемых компаний.

**Задание 11.** Формирование организационной культуры по модели Э. Шейна. Согласно модели Э. Шейна, все группы и организации стремятся найти ответы на два основных вопроса: как нам организовать себя, чтобы адаптироваться к внешней среде и выжить как группе? И как нам управлять внутренними отношениями и процессами, чтобы обеспечить способность к выживанию и адаптации? Эти два вопроса разбиты на одиннадцать универсальных вопросов, на которые группа находит свои уникальные ответы.

Внешнее приспособление    Внутренняя связность

Миссия и стратегия

Цели

Средства

Измерение результатов

Механизмы коррекции

Язык и юмор  
 Границы, идентичность группы  
 Власть и положение  
 Дружба, любовь, доверие и близость  
 Наказание и вознаграждение  
 Объяснение необъяснимого

Представьте, что вы предприниматель, который открыл фирму по выпуску кондитерских изделий (можно выбрать другой тип продукции или услуг). Опишите культуру вашей фирмы, опираясь на эти одиннадцать пунктов.

**Задание 12.** Ниже приведены примеры вопросов для исследования культуры организации. Дополните перечень вопросов. Проведите опрос среди преподавателей кафедры или сотрудников организации, в которой работаете или проходите практику. На основании ответов сделайте характеристику организационной культуры.

1. Есть ли у вас в компании табу для сотрудников? (Например, нельзя что-то делать во время работы или нельзя что-то говорить, публиковать).
2. Какая традиция, по вашему мнению, есть только в вашей компании?
3. Знаете ли вы, какие ценности провозглашены в вашей компании?
4. А что вы лично считаете ценностью / ценностями, присущими вашей компании?
5. В компании есть «герой»?
6. Что вы знаете об истории компании?
7. В вашей компании есть музей (уголок истории и т.п.)?
8. В вашей компании есть кодекс поведения? Если да, то в каком виде он существует?

**Задание 13.** Предположите, как трактуются одни и те же ценности в организациях с разным типом культуры?

Ценности	Тип культуры			
	Бюрократическая	Рыночная	Клановая	Адхократическая
Творчество Авторитет, власть Отношение к риску Коллективизм Демократия Мотивация вознаграждения Карьера				

**Задание 14.** Найдите на сайтах компаний описания миссии и корпоративных ценностей. Проанализируйте элементы корпоративной культуры данных компаний. Какой имидж формируется у компаний с помощью этих элементов культуры? Для примера можно взять российские и зарубежные компании различных сфер деятельности (металлургия, нефтегазовая промышленность, транспорт, связь, торговля, ресторанный и гостиничный бизнес, образование, индустрия красоты, банки и страхование, строительство и т.п.).

**Задание 15.** Что может быть символом для компании? Приведите примеры материальных и нематериальных символов.

**Задание 16.** Ниже приведены ценности компаний, которые заявлены и размещены на их сайтах. Проанализируйте, насколько они подходят компаниям, учитывая специфику их деятельности. Какие ценности подходят любой компании, а какие являются специфическими? Что вы можете сказать о компаниях с такими ценностями?

Северсталь

Внимание к клиентам

Эффективность и оперативность

Уважение к людям

Командная работа

Безопасность

Делойт

Наши общие ценности всегда актуальны. Они лаконично выражают основополагающие принципы, которые отличают культуру «Делойта».

Добросовестность

Для нас, без сомнения, на первом месте стоит репутация: наше поведение должно отвечать высочайшим стандартам честности и открытости. В нашей работе мы неукоснительно следуем принципам устойчивости и ответственности.

Уникальная ценность для рынков и клиентов

«Делойт» играет важную роль в поддержке как рынков капитала, так и клиентов фирм-участников в усовершенствовании их операционной деятельности. Для нас данная роль – это привилегия, и мы понимаем, что она требует неослабного внимания и неоторимой преданности.

Коллегиальность

Наша культура безграничной взаимопомощи – это наше конкурентное преимущество, и мы делаем все возможное для ее сохранения и взращивания. Мы прилагаем все усилия для того, чтобы оказать поддержку членам нашей команды.

Сила в культурном разнообразии

Комплексные бизнес-задачи, стоящие перед клиентами фирм-участников «Делойта», требуют «многомерного» мышления. Мы верим в то, что работа с людьми различных культур, образования и способов мышления – это кузница профессионалов и руководителей.

Стандарты этического поведения, объединяющие всех сотрудников компаний, входящих в состав «Делойта», определяют девять приведенных ниже принципов:

- честность и порядочность;
- профессионализм;
- компетентность;
- беспристрастность;
- конфиденциальность;
- честная деловая практика;
- ответственность перед обществом;
- уважение и справедливое отношение;
- подотчетность и принятие решений.

Сбербанк

Наши ценности – основа отношения к жизни и работе, внутренний компас, помогающий принимать решения в сложных ситуациях, принципы, верность которым мы храним всегда и везде.

Ориентиры, которые помогают нам принимать верные решения в любых ситуациях:

Я – лидер;

Мы – команда;

Всё – для клиента.

Роснефть

Лидерство.

Результативность.

Добросовестность.

Безопасность.

Азбука вкуса

Наши сегодняшние ценности органично вытекают из миссии, видения и целей компании. Каждая из этих ценностей многогранна и охватывает большое

число смежных понятий.

Честность – никого не вводим в заблуждение.

Скорость – избавляемся от всего, что мешает своевременности.

Человечность – заботимся о людях, которые рядом с нами.

Вовлеченность – вкладываем душу в то, что делаем. Делаем «как для себя».

Здравый смысл – проверяем все на целесообразность.

Билайн

Люблю клиента

Работаю в команде

Отвечаю за бизнес-результат

Создаю будущее

Честен и открыт

**Задание 17.** Проанализируйте кодексы корпоративного поведения нескольких компаний, с ними можно ознакомиться на официальных сайтах.

**Роснефть** [https://www.rosneft.ru/upload/site1/document\\_file/Kodeks\\_rus\(2\).pdf](https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Kodeks_rus(2).pdf)

**Лореаль** [https://www.loreal.com/-/media/project/loreal/brand-sites/corp/master/lcorp/2\\_ethics/codeofethicsrussian.pdf](https://www.loreal.com/-/media/project/loreal/brand-sites/corp/master/lcorp/2_ethics/codeofethicsrussian.pdf)

**СберБанк**

[https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/pdf/normative\\_docs/sberbank\\_code\\_of\\_corporate\\_ethics.pdf](https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/pdf/normative_docs/sberbank_code_of_corporate_ethics.pdf)

**Билайн**

[https://static.beeline.ru/upload/images/31146-Kodeks\\_povedenija\\_veon\\_1.pdf](https://static.beeline.ru/upload/images/31146-Kodeks_povedenija_veon_1.pdf)

**Ашан** <https://auchan-supply.ru/ethics-hotline/eticheskiy-kodeks-ashan/>

**Аэрофлот**

[https://www.aeroflot.com/media/aflfiles/docs/kodeks\\_korporativnoi\\_etiki\\_rid287a.pdf](https://www.aeroflot.com/media/aflfiles/docs/kodeks_korporativnoi_etiki_rid287a.pdf)

Какие выводы можно сделать о культуре этих компаний? К каким типам относятся культуры этих компаний? Обоснуйте ответ.

**Задание 18.** В период общинно-родового строя не было пространства для эксплуатации. Человек потреблял примерно столько же благ, сколько производил.

В рабовладельческую эпоху раб, по сути, являлся вещью: на латыни рабочую скотину называют *instrumentum semivocale*, а раба - *instrumentum vocale*. Рабы – основная производительная сила, при этом совершенно бесправная. Принуждать к труду можно было любым способом, применяя самое разнообразное насилие, в том числе коллективное. В средние века рабство сменилось крепостничеством. Только нюанс: «крепостной» - это русское слово со смыслом «прикрепить к земле», в Европе было слово «серв» - *serf*, от латинского *servus* раб, т.е. уже не совсем раб, но и не свободный человек. Внеэкономическое принуждение к труду выступало в виде феодальной ренты.

Крепостной за свой труд не получал оплаты, а наоборот, должен был платить (деньгами/натуральным продуктом) и отрабатывать право пользоваться земельным участком. В случае неповиновения, насилие также практиковалось.

В эпоху капитализма труд (эксплуатация) – это основа накопления капитала. Труд стал оплачиваемым, но насилие или угроза насилия продолжали активно применяться. Социальные гарантии, оплачиваемый отпуск, пенсия и пр. появились как норма только после 1917 года.

Задание:

Проведите сравнение способов мотивации современного работника с членом первобытной общины, рабом периода античности, с крепостным крестьянином, с рабочим XIX века.

**Задание 19.** Разобраться с корпоративной культурой компании и привести ее в соответствие с новыми стандартами" (цитата руководителя).

В компании работает 430 человек. Центральный офис в Москве и есть 6 филиалов. Компания имеет хорошую репутацию на рынке. Коллектив компании молодой (средний возраст 26 лет). 50% мужчин и 50% женщин. Производства нет. Это ИТ компания, оказывает услуги. Бурный численный рост начался 2 года назад. Доброжелательная, семейная обстановка внутри.

Задание: Опишите этапы работы над проектом "Корпоративная культура, сделав предположение о характере корпоративной культуре в компании, предложите инструменты работы, которые будут эффективны.

Сделайте план работы направления корпоративной культуры на год.

**Задание 20.** Рассматривается гипотетическое европейское государство Омнира. По территории и ресурсам – нечто среднее между Бельгией и Чехией. Выхода к морю нет. Форма правления – парламентская республика.

Президент выполняет исключительно представительские функции, фактически глава государства – премьер-министр. Состав кабинетов министров: - Министерство иностранных дел. - Министерство внутренних дел. - Министерство культуры. - Министерство обороны. - Министерство здравоохранения. - Министерство транспорта. -

Министерство финансов. - Министерство науки и образования.

Задание:

Рассмотреть следующие ситуации: 1 Случилось мощное наводнение. Главная река вышла из берегов и затопила два региона. 2 Началась пандемия новой болезни. Обязательное условие – в решении проблем должно принять участие каждое министерство (в идеале – по 2-3 предложения). Также необходимо определить последовательность действий и способы взаимодействия (координации) министерств.

**Задание 21.** Ситуация для анализа.

Один крупный коммерческий банк счел, что повышение эффективности заключается в расширении товарной номенклатуры, и решил внедрить в своих отделениях новые, передовые финансовые услуги — продажу облигаций государственного займа и консультирование по погашению задолженности.

Банк затратил немало времени и средств на определение спектра услуг, в которых более всего нуждаются потребители. Специально нанятые эксперты и консультанты совместно с руководством банка разработали детальные методики предоставления услуг. Сотрудники банка прошли достаточно длительное обучение и переподготовку. Многие из них по своей инициативе, помимо

Внутрифирменного обучения, успешно прошли заочные курсы в специализированных заведениях.

Во время аттестации сотрудники точно и полно рассказывали потребителям о новых видах услуг. Они подробно долгое время объясняли выгоды новых предложений до тех пор, пока клиент не начинал проявлять заинтересованность. После этого сотрудники отвечали на вопросы клиентов и помогали им разобраться в бланках и заявках на дополнительные услуги, в том числе помогали заполнять эти бланки.

Закрепить успех была призвана новая система мотивации, ставившая заработную плату сотрудников в прямую зависимость от распространения новых банковских продуктов, соблюдения методики их предоставления и от общего объема оказанных услуг. Первоначально данная система встречена с энтузиазмом.

Однако после того как отделения приступили к оказанию новых услуг, число клиентов неожиданно стало уменьшаться. Очереди около окошек сначала резко возросли, а потом так же резко сократились. Многие клиенты стали отказываться от даже обычных банковских процедур. Хорошо обученные опытные работники переходили на работу в другие банки. Остающиеся демонстрировали деморализованность и неудовлетворенность неожиданносократившимися размерами заработной платы. Финансовое положение банка не замедлило ухудшиться.

Пытаясь спасти положение, менеджмент банка принял важные решения. В двух отделениях провели эксперимент. Большую часть кассиров перевели на предоставление прежних, лишь немного усовершенствованных стандартных услуг, не требующих ни высокого уровня подготовки, ни большого количества времени. Для этих работников возвращена прежняя система мотивации. Новые финансовые услуги поручили предоставлять специальной группе служащих. Им выделили отдельные столы, установили информационные щиты, рекламирующие новые услуги.

Эксперимент оказался успешным. Показатели снова пошли вверх, причем как в традиционном наборе услуг, так и в новых видах. Разумеется, результаты распространили на работу всех отделений.

Тем не менее вследствие первоначально неудачного нововведения банк потерял полтора года и солидную сумму денег.

Вопросы:

1 Прав ли был высший менеджмент банка, принимая решение о расширении перечня услуг?

2 По какой причине клиенты стали отказываться от услуг банка, что могло их не устраивать?

3 Определите эффективность работы банка с точки зрения потребителя.

4 Почему сотрудники банка начали увольняться?

5 Что такое «целевые группы» (группы по проектам) и для чего они необходимы?

6 Если бы Вы руководили этим банком, что бы Вы предприняли, дабы не пускать подобных ошибок?

## **Задание 22. Практическая ситуация**

Руководство одного московского коммерческого банка по ряду объективных и необъективных причин (причем последние преобладали) решило изменить систему и форму оплаты труда работников фондового управления: если раньше сотрудники получали оклад в размере 500 долл. Плюс от суммы комиссии за проведенную сделку, то теперь оклад ликвидировался, а сдельщина увеличивалась до 40% от комиссии за операцию.

В связи с этим большинство ведущих специалистов (без которых работа всего фондового управления будет парализована сразу, а всего банка — со временем) подали заявление об уходе. Опрос, проведенный менеджером по персоналу, выявил следующие причины такого поступка: неуверенность в получении справедливой оплаты при неблагоприятной ситуации на рынке, восприятие поступка руководства как незаслуженного наказания, игнорирование мнения самих работников. По рекомендации менеджера руководство решило сначала внедрить экспериментальным путем новую форму оплаты применительно к заинтересованным работникам. Однако эти меры позволили вернуть лишь часть сотрудников фондового управления, остальные предпочли уволиться.

Вопросы:

- 1 Какие ошибки руководства привели к критической ситуации?
- 2 Как вы внедряли бы новую систему оплаты труда в компании?

### **6.4. Пример экзаменационного билета с указанием компетенций, проверяемых в каждом вопросе (не предусмотрено учебным планом)**

### **6.5. Примеры заданий с указанием компетенций, проверяемых на зачете Компетенции ПКН – 1, ПКП – 2, ПКП - 3**

1. Объект, действие или событие, имеющее значение для других это:

- а) Символ;
- б) Герой;
- в) Образ;
- г) Девиз.

2. Рассказ о компании, основанный на реальных событиях, который часто повторяется и рассказывается самими сотрудниками компании и служит для формирования имиджа компании это:

- а) Образ;
- б) История;
- в) Легенда;
- г) Идея.

3. Человек, подающий пример для успешной работы, характера и человеческих качеств, присущих сильной культуре это:

- а) Начальник;
- б) Герой;

- в) Тренер;
- г) Учитель.

4. Специальное запланированное мероприятие, проводимое для публики, которое устраивают менеджеры компании для того, чтобы показать яркие примеры ценностных критериев компании это:

- а) Церемония;
- б) Корпоратив;
- в) Митинг;
- г) Забастовка.

5. Выберите правильное утверждение:

- а) Культура — это самая консервативная составляющая любой организации;
- б) Культура — это самая либеральная составляющая любой организации;
- в) Культура — это самая демократическая составляющая любой организации.

6. Особенности, структура, виды корпоративных культур, их взаимосвязь со стратегией и эффективностью развития организации, а также методы изучения, формирования и развития организационной культуры, являются:

- а) предметом изучения дисциплины «Корпоративная культура»;
- б) понятием организационной культуры;
- в) основанием классификации организационных культур;
- г) все ответы верны.

7. К особенностям культуры организации, позволяющим отделить её от культуры общества, относятся:

- а) ориентация носителей культуры на достижение целей, прежде всего материального плана; большое влияние национальной, религиозной, профессиональной и др. культур; большая динамичность процессов культуuroобразования и меньшая регулирующая сила и значимость ценностей;
- б) большой срок существования; большая значимость ценностей и регулирующих норм;
- в) большой размер общности; незначительное влияние лидера на содержание и особенности культуры;
- г) усвоение культуры происходит с рождения и с «чистого листа»; незначительная степень воздействия культуры личности на культуру в целом.

8. Социальное явление, которое возникает на любом предприятии и является системой ценностей, убеждений, а также норм, ролей, правил, которые направляют деятельность организации (предприятия), — это:

- а) предмет изучения дисциплины «Корпоративная культура»;
- б) понятие корпоративной культуры;
- в) основание классификации корпоративных культур;
- г) все ответы верны.

9. Основными свойствами корпоративной культуры являются:

- а) эффективность, особенность, обособленность;
- б) стиль управления, сплочённость коллектива, экономические показатели деятельности;
- в) скорость адаптации членов коллектива, внешний имидж организации, внутренний имидж организации;
- г) динамичность, коллективность, эмоциональность, историчность.

10. В качестве элементов корпоративной культуры выделяют:

- а) иерархическое устройство организации, внешний имидж организации, внутренний имидж организации;
- б) культуру управления, культуру внутренних отношений, культуру производства, культуру внешних отношений, коммерческую культуру;
- в) ценности, нормы, стиль руководства, обратную связь, эмоционально-исторический фон, социально-психологический климат;
- г) все ответы верны.

11. Ценности — это ...

- а) требования к поведению владельца роли, человека, занимающего определённую ступеньку в структуре организации, обществе, семье;
- б) наиболее важные, с точки зрения субъекта, объекты и явления, которые являются целями и ориентирами его жизнедеятельности;
- в) культурные формы, несущие в себе определенные идеи и убеждения;
- г) система передачи и циркуляции информации в организации, использующая формальные, неформальные, культурные средства информирования членов организации

12. Нормы — это ...

- а) требования к поведению владельца роли, человека, занимающего определённую ступеньку в структуре организации, обществе, семье;
- б) управление целями и ориентирами его жизнедеятельности;
- в) культурные формы, несущие в себе определенные идеи и убеждения;
- г) система передачи и циркуляции информации в организации, использующая формальные, неформальные, культурные средства информирования членов организации.

13. Какие признаки соответствуют типу «культура начальника» в современной российской организационной культуре?

- а) Характерен для фирм, создаваемых в годы перестройки, когда открывались возможности для создания новых структур, для смены сферы деятельности. Прорваться в новой сфере в одиночку было очень трудно, люди чувствовали себя неуверенно, и поэтому они привлекали в свои фирмы друзей и близких;

б) Характеризуется жёсткой иерархией, существуют роли отца и матери, старших и младших сестёр и братьев. Взаимоотношения основаны на чувствах, полное отсутствие каких-либо официальных правил. Руководитель уверен, что подчинённые должны понимать его с полуслова и полунамёка, а подчинённые, не получая чётких указаний, пытаются сами почувствовать, чего руководитель от них хочет;

в) Характеризует тот факт, что в России существует страх перед начальником, руководителем. В то же время все проблемы организации связывают с ошибками вышестоящего руководства. Руководителей принято считать некомпетентными, а иногда просто глупыми. Сотрудники верят, что в других компаниях есть хорошие руководители, которые могли бы всё изменить и сделать лучше.

14. Какие признаки соответствуют типу «друзья» в современной российской организационной культуре?

а) Характерен для фирм, создаваемых в годы перестройки, когда открывались возможности для создания новых структур, для смены сферы деятельности. Прорваться в новой сфере в одиночку было очень трудно, люди чувствовали себя неуверенно, и поэтому они привлекали в свои фирмы друзей и близких;

б) Характеризуется жёсткой иерархией, существуют роли отца и матери, старших и младших сестёр и братьев. Взаимоотношения основаны на чувствах, полное отсутствие каких-либо официальных правил. Руководитель уверен, что подчинённые должны понимать его с полуслова и полунамёка, а подчинённые, не получая чётких указаний, пытаются сами почувствовать, чего руководитель от них хочет;

в) Характеризует тот факт, что в России существует страх перед начальником, руководителем. В то же время все проблемы организации связывают с ошибками вышестоящего руководства. Руководителей принято считать некомпетентными, а иногда просто глупыми. Сотрудники верят, что в других компаниях есть хорошие руководители, которые могли бы всё изменить и сделать лучше.

15. Прежде чем приступать к формированию или изменению корпоративной культуры, необходимо:

а) изучить культуру уже «имеющуюся в наличии», определив ее достоинства и недостатки;

б) уничтожить «на корню» имеющуюся культуру, так как она будет затруднять реализацию новых идей;

в) провести полное перефилирование организации на выпуск других продуктов или оказание других услуг.

16. Из каких этапов состоит процесс реализации стратегических изменений корпоративной культуры по Курту Левину?

а) Уничтожение, постройка, фиксация;

б) Перефилирование, перестройка, переубеждение;

в) Размораживание, движение, замораживание;

г) Революция, реформация, закручивание гаек.

17. Компонентами корпоративной культуры являются:

- а) принятая система лидерства;
- б) стили разрешения конфликтов;
- в) принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы;
- г) нет правильного ответа

18. Призыв или обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею,

требование:

- а) лозунг;
- б) организационное табу;
- в) ритуал

19. Характеристики корпоративной культуры:

- а) нормы поведения;
- б) культура общения;
- в) деловой этикет;
- г) трудовая этика;
- д) автоматизация бухгалтерского учета

20. Способ взаимодействия в рамках коллективного решения задач или проблем:

- а) осознание работником своего места в коллективе (группе);
- б) тип совместной деятельности;
- в) нормы поведения;
- г) тип управления

21. Часть культуры поведения, которая выражается главным образом в речи, во взаимном обмене репликами и беседе:

- а) культура общения;
- б) тип совместной деятельности;
- в) нормы поведения;
- г) тип управления

22. Внутренние коммуникации одной организации, функционирующие на различных территориальных объектах данной организации:

- а) корпоративная информационная система;
- б) деловой этикет;
- в) традиции компании;
- г) особенности трактовки полномочий и ответственности

23. Цель, как составляющая Кодекса компании, должна быть:

- а) Сдержанной;

- б) Возможной в краткосрочной перспективе;
- в) Амбициозной;
- г) Невозможной.

24. Сколько должно быть корпоративных принципов зафиксировано в Кодексе компании?

- а) Чем больше, тем лучше;
- б) Только один;
- в) Не более 5;
- г) Не более 10

25. Основные составляющие трудовой этики:

- а) ценности,
- б) права и обязанности;
- в) правила;
- г) взаимоотношения
- д) нет правильного ответа

26. Эмблема и цветовая гамма корпоративной культуры:

- а) символика;
- б) тип совместной деятельности;
- в) нормы поведения;
- г) тип управления

27. Набор ориентиров, что такое хорошо и что такое плохо:

- а) взаимоотношения;
- б) ценности;
- в) нормы;
- г) коммуникационная система и язык общения

28. Совокупность элементов корпоративной культуры по выполнению работы, информированию работников; подходов к объяснению причин и др.:

- а) вера во что-то и отношение или расположение к чему-то;
- б) процесс развития работника;
- в) нормы;
- г) коммуникационная система и язык общения

29. Эмоционально-исторический фон — это ...

- а) требования к поведению владельца роли, человека, занимающего определённую ступеньку в структуре организации, обществе, семье;
- б) наиболее важные, с точки зрения субъекта, объекты и явления, которые являются целями и ориентирами его жизнедеятельности;
- в) культурные формы, несущие в себе определённые идеи и убеждения;

г) система передачи и циркуляции информации в организации, использующая формальные, неформальные, культурные средства информирования членов организации.

30. Система информирования — это ...

- а) требования к поведению владельца роли, человека, занимающего определённую ступеньку в структуре организации, обществе, семье;
- б) наиболее важные, с точки зрения субъекта, объекты и явления, которые являются целями и ориентирами его жизнедеятельности;
- в) культурные формы, несущие в себе определённые идеи и убеждения;
- г) система передачи и циркуляции информации в организации, использующая формальные, неформальные, культурные средства информирования членов организации.

## **7. Формы внеаудиторной самостоятельной работы студентов, предусмотренные учебным планом**

### **7.1. Тематика курсовых работ о дисциплине (не предусмотрено учебным планом)**

### **7.2. Варианты контрольных работ**

#### **Перечень вопросов контрольной работы**

1. Управленческая команда как форма самоорганизации профессионалов.
2. Специфика проявления корпоративной культуры при внутрикомандных отношениях.
3. Социально-психологические механизмы корпоративной культуры.
4. Универсальное и национальное в корпоративной культуре.
5. Психологические основы сознания и чувства «мы» команды.
6. Формирование стиля взаимодействия в команде.
7. Становление и развитие «командного духа» в организации.
8. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.
9. Мифодизайн в культуре организации.
10. Различия в понимании истоков формирования и сущности культуры корпорации: рационалистический и феноменологический подходы.
11. Корпоративный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании.
12. Влияние экономического кризиса на политику развития корпоративной культуры компании.
13. Этика глобализирующегося общества и корпоративные ценности.
14. Моральные проблемы международного бизнеса.
15. Проблема социальной ответственности организации.
16. Социальные сети корпоративной репутации.
17. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.

18. Репутация и корпоративная идентичность.
19. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации.
20. Воздействие репутации на оценочную стоимость корпорации.
21. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнескомпаний.
22. Корпоративная культура как мощный стратегический инструмент компании.
23. Оптимальные традиции, ритуалы и символика.
24. Технология внедрения «образа будущего» компании.
25. Методы перехода от административной культуры к предпринимательской культуре