

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 01.07.2025 11:44:26  
Уникальный программный ключ:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Корпоративная культура**

Код, направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

## Типовые задания для контрольной работы

### Контрольная работа – Корпоративная культура (6 семестр)

#### План формирования организационной культуры

1. Создание миссии и задач организации.
2. Введение системы бонусовой премии для работников предприятия.
3. Введение почасовой оплаты труда для работников предприятия.
4. Изменение оплаты труда линейных руководителей.
5. Создание технологии подбора и адаптации персонала.
6. Децентрализация управления (делегирующие большие полномочия линейным руководителям).
7. Организация развивающих занятий для руководителей.
8. Создание на объектах информационных стендов.
9. Организация занятий для работников предприятия.
10. Организация еженедельных планерок для администрации предприятия.
11. Организация ежедневных рабочих собраний на объектах.
12. Организация общего собрания по предприятию.

### Типовые вопросы к экзамену (6 семестр)

Проведение промежуточной аттестации в 6 семестре происходит в виде экзамена. Экзамен представляет из себя выполнение заданий по расписанию в часы учебных занятий в объеме, предусмотренном рабочей программой по дисциплине и учебной нагрузкой преподавателя, включает 1 теоретический вопрос и 1 практическое задание.

Задание для показателя оценивания дескриптора «Знает»	Вид задания
<p><i>Сформулируйте развернутые ответы на следующие теоретические вопросы:</i></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Структура корпоративной культуры.</li><li>2. Взаимосвязь корпоративной культуры с другими факторами.</li><li>3. Цели и задачи организационной культуры.</li><li>4. Функции организационной культуры.</li><li>5. Типология организационной культуры по национальным особенностям поведения персонала (Япония).</li><li>6. Типология организационной культуры по национальным особенностям поведения персонала (Америка).</li><li>7. Типология организационной культуры по национальным особенностям поведения персонала (Германия).</li><li>8. Типология организационной культуры по национальным особенностям поведения персонала (Россия).</li><li>9. Корпоративная миссия и "дерзкая цель" организации.</li><li>10. Основные принципы организации и ее подразделения.</li><li>11. Коллективизм и индивидуализм.</li><li>12. Индивидуальная профессиональная миссия.</li><li>13. Внешние проявления корпоративной культуры. Видимые символы</li><li>14. Внешние проявления корпоративной культуры. Символ как архаичный ценностный образ. От символа к эмблеме.</li><li>15. Внешние проявления корпоративной культуры. Цвет.</li><li>16. Внешние проявления корпоративной культуры. Фирменный стиль: концепция и основные понятия.</li><li>17. Внешние проявления корпоративной культуры. Элементы фирменного стиля.</li><li>18. Внешние проявления корпоративной культуры. Товарный знак, пиктограммы.</li></ol>	- теоретический

<p>19. Внешние проявления корпоративной культуры. Интерьер.</p> <p>20. Внешние проявления корпоративной культуры. Одежда.</p> <p>21. Ритуалы, праздники, поведение сотрудников.</p> <p>22. Герои и мифы. Язык общения.</p> <p>23. Валеология. Здоровый образ жизни.</p> <p>24. Основы организационной культуры.</p> <p>25. Понятие и структура репутации и имиджа.</p> <p>26. Управление репутацией.</p> <p>27. Поведенческий маркетинг.</p> <p>28. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.</p> <p>29. Мифодизайн в культуре организации.</p> <p>30. Организационная культура предприятия в системе управления персоналом.</p> <p>31. Различия в понимании истоков формирования и сущности культуры корпорации: рационалистический и феноменологический подходы.</p> <p>32. Корпоративный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании.</p> <p>33. Влияние экономического кризиса на политику развития корпоративной культуры компании.</p> <p>34. Этика глобализирующегося общества.</p> <p>35. Моральные проблемы международного бизнеса.</p> <p>36. Проблема социальной ответственности организации.</p> <p>37. Особенности формирования профессионального самосознания специалистов.</p> <p>38. Проблемы этики бизнеса в России.</p> <p>39. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.</p> <p>40. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации.</p> <p>41. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.</p> <p>42. Репутация и корпоративная идентичность.</p> <p>43. Влияние менеджмента на формирование корпоративной репутации.</p> <p>44. Роль государственных институтов в формировании репутации организации.</p> <p>45. Воздействие репутации на оценочную стоимость корпорации.</p> <p>46. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.</p> <p>47. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний.</p>	
--	--

Задание для показателя оценивания дескриптора «Умеет» и «Владеет»	Вид задания
<i>Практическое задание:</i> разработать PR-кампанию по формированию корпоративной культуры компании и составлению рекомендации по ее реализации (в качестве базы студент использует разработанную ранее компанию).	- практический