**Корпоративная культура**

**Вопросы к экзамену**

1. Корпоративная культура - объект социологического исследования.
2. Корпоративная культура как синтез различных видов деятельности и культуры.
3. Корпоративная культура и менеджмент.
4. Подходы к типологии корпоративной культуры: Дж. Зоненфельда; Т. Дейла и А. Кеннеди.
5. Консалтинг как способ формирования корпоративной культуры.
6. Коучинг: инструмент корпоративной культуры.
7. Корпоративная культура как проекция национальной культуры.
8. Роль специалиста по связям с общественностью в формировании корпоративной культуры.
9. Корпоративные праздники и их роль в создании корпоративной культуры.
10. Организационная культура образовательного учреждения.
11. Понятие прикладной этики и ее структура.
12. Проблемы этики бизнеса и делового общения в России.
13. Интегрированные маркетинговые коммуникации и их возможности формирования корпоративной культуры.
14. Поведение персонала организации как элемент корпоративной культуры.
15. Условия и факторы конструктивного разрешения деловых конфликтов.
16. Проблемы формирования и поддержания персонального имиджа в бизнес-среде.
17. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.
18. Мифодизайн в культуре организации.
19. Организационная культура предприятия в системе управления персоналом.
20. Различия в понимании истоков формирования и сущности культуры корпорации: рационалистический и феноменологический подходы.
21. Корпоративный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании.
22. Влияние экономического кризиса на политику развития корпоративной культуры компании.
23. Этика глобализирующегося общества.
24. Моральные проблемы международного бизнеса.
25. Проблема социальной ответственности организации.
26. Особенности формирования профессионального самосознания специалистов
27. Проблемы этики бизнеса в России
28. Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.
29. Социальные сети как коммуникационный канал формирования корпоративной репутации.
30. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.
31. Репутация и корпоративная идентичность.
32. Влияние менеджмента на формировании корпоративной репутации.
33. Роль государственных институтов в формировании репутации организации.
34. Воздействие репутации на оценочную стоимость корпорации.
35. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.
36. Корпоративная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний.
37. Основные функции корпоративной культуры.
38. Репутация как рыночная категория: отличительные черты.
39. Проанализируйте основные группы стейкхолдеров высшего учебного заведения

Развитие и становление общества потребления

Проблемы общества потребления

1. Манипулирование потребителем
2. Основные права потребителей и их защита в разных странах
3. Инновации, ориентированные на потребителя
4. Методы оценки удовлетворенности потребителей
5. Индексы удовлетворенности потребителей и персонала
6. Лояльность: понятие, методы оценки
7. Инструменты повышения лояльности потребителей
8. Методы расчета ценности потребителей
9. Построение CRM-систем
10. Методы коммуникации с потребителем
11. Культура организации как способ осмысления окружающей действительности и внутренних отношений.
12. Корпоративная культура как «внутреннее» сознание организации.
13. Стратегии и структура предприятия как инструменты корпоративной культуры.
14. Технология внедрения «образа будущего» компании.
15. Высшие ценности компании и принципы корпоративной философии.
16. Основные шаги формирования корпоративной культуры.
17. Корпоративная культура – порядок и беспорядок в производственных системах.
18. Корпоративная культура как основа жизненного потенциала компании.
19. Корпоративная культура как мощный стратегический инструмент компании.
20. Корпоративная культура и кадровая политика.
21. Форма корпоративной культуры и вид бизнеса.
22. Методы перехода от административной культуры к предпринимательской культуре.
23. Оптимальные традиции, ритуалы и символика.

**Творческая проблемно-ориентированная форма Мидтерма**

ТСРнаправлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса общекультурных и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала бакалавров и заключается в:

* поиске, анализе, структурировании и презентации информации;
* исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
* анализ научных публикаций по определенной преподавателем теме.

ТЕМЫ ЭССЕ

* 1. Моральная ответственность и моральное сознание.
	2. Вербальные и невербальные средства делового общения.
	3. Предметная, организационная и субъектная сторона переговоров.
	4. Культура компании, фирменный стиль и имидж фирмы.
	5. Этические категории.
	6. Социализация и социальная ответственность предпринимательства.
	7. Культура организации.
	8. Культура бизнеса как сложная, динамическая и развивающаяся система.
1. Общество потребления: признаки, проблемы.
2. Организационные инструменты, ориентированные на потребителя: формирование организационной структуры, принципы построения коммуникационной, информационной системы.
3. Признаки корпоративной культуры, ориентированной на потребителя.
4. Понятие и генезис корпоративной культуры в системе управления ресурсами организации.
5. Типология корпоративных культур.
6. Диагностика типа культуры и построение профиля корпоративной культуры.
7. Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности организации.
8. Манипулирование потребителем.

9.Элементы и характеристики корпоративной культуры.

 10.Миссии и девизы организации.

11.Организационный климат.

12.Имидж организации и его формирование.

1. Репутация организации: сущность и управление.

14.Символы, обряды, мифы и легенды.

15.Культурология в корпоративном управлении

1. Мораль как форма общественного сознания.
2. Моральные оценки экономических систем.
3. Моральная ответственность.
4. Структура морали.
5. Функции морали.
6. Мораль и право.
7. Мораль и этика.
8. Нравственный опыт: понятие справедливости.
9. Этика справедливости.
10. Профессиональная этика.
11. Управленческая этика.
12. Корпоративная этика.
13. Роль менеджеров в организации.
14. Утилитарный подход к этике.
15. Корпоративная социальная ответственность.
16. Отношение между корпорациями и государством.
17. Власть и подчинение.
18. Формирование нравственного поведения.
19. Деловая этика - основы бизнеса.
20. Этика делового общения.
21. Этика деловых контактов.
22. Этика и реклама.
	* 1. Предмет и методы изучения этики бизнеса.
		2. Этический процесс.
		3. Социальные нормы – важнейшие средства воздействия на индивида.
		4. Этические категории.
		5. Социализация и социальная ответственность предпринимательства, организации, руководителя.
		6. Культура организации.
		7. Культура бизнеса как сложная, динамическая и развивающаяся система.
		8. Качество продукции как индикатор уровня культуры бизнеса.
		9. Этические нормы и принципы этики бизнеса.
		10. Деловые культуры в международном бизнесе.
		11. Управление культурными горизонтами – создание команд.
		12. Стандарты поведения.
		13. Анализ среды предпринимательства.
		14. Маркетинг как философия бизнеса.
		15. Этапы и направления развития этики.
		16. Категории этики бизнеса и принципы делового этикета.
		17. Особенности становления российского бизнеса.
		18. Ценности в предпринимательстве.
		19. Парадигмы бизнеса.
		20. Японская модель ведения бизнеса.
		21. Китайская модель ведения бизнеса.
		22. Германская модель ведения бизнеса.
		23. Американская модель ведения бизнеса.
		24. Российская модель ведения бизнеса.
		25. Этика взаимоотношений собственника, менеджера и наемного работника.
		26. Деловой этикет.
		27. Предприниматель – ключевое звено в бизнесе.
		28. Стиль руководства.
		29. Этический кодекс бизнесмена.
23. Предмет и задачи курса «Этика бизнеса».
24. Этика как сфера научно-прикладного знания.
25. Круг проблем этики.
26. Основные категории этики как науки.
27. Нравственные отношения между людьми.
28. Специфика нравственной регуляции профессиональных отношений.
29. Общение в профессиональной сфере, его функции и цели.
30. Проблема структурирования общения.
31. Виды и уровни общения. Специфика делового общения.
32. Проблема искажения информации в деловой коммуникации.
33. Коммуникативные барьеры общения, способы их преодоления.
34. Механизмы взаимопонимания в профессиональном общении
35. (идентификация, эмпатия, рефлексия).
36. Перцептивный аспект общения в профессиональной сфере.
37. Виды личного влияния в общении.
38. Проблема точности межличностного восприятия.
39. Ошибки («эффекты») восприятия делового партнера.
40. Экспектации и их роль в профессиональном общении.
41. Интерактивный аспект общения (общение как взаимодействие).
42. Манипуляции в общении, их основные типы.
43. Защита от манипуляций. Контрманипуляция.
44. Основные категории профессиональной этики.
45. Проблемы корпоративной этики.
46. Кодексы профессиональной этики.
47. Корпоративная культура и связи с общественностью, их взаимосвязь.
48. Этические проблемы конкурентных взаимоотношений.
49. Культурные особенности деловых контактов.
50. «Протокол» делового общения: принципы, нормы, эталоны.
51. Организация приемов и презентаций.
52. Деловая беседа.
53. Мастерство публичных выступлений.
54. Речевой этикет в профессиональном общении.
55. Телефонный разговор: правила и нормы.
56. Культура деловых споров и дискуссий.
57. Деловая переписка.
58. Одежда деловых людей.
59. Правила и нормы поведения за столом.
60. Визитная карточка, ее значение в деловом общении.
61. Корпорации и нравственность.
62. Нравственные проблемы маркетинга и рекламы.
63. Управленческая этика.
64. Безопасность, риск и защита.
65. Интеллектуальная собственность.
66. Информационные технологии и этика.
67. Дискриминация.