«

**Вопросы для сдачи Милтерм экзамена**

**Корпоративная культура**

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. Различия в понимании истоков формирования и сущности инновационной культуры корпорации: рационалистический и феноменологический подходы.
2. Инновационный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании.
3. Влияние экономического кризиса на политику развития инновационной культуры компании.
4. Этика глобализирующегося общества и инновации
5. Моральные проблемы международного бизнеса.
6. Проблема социальной ответственности организации.
7. Особенности формирования профессионального самосознания специалистов

8.Проблематика репутационного менеджмента в условиях информационного общества.

9.Социальные сети как коммуникационный канал формирования инновационной репутации.

10.Инновационная репутация и корпоративная идентичность.

11.Влияние менеджмента на формировании инновационной репутации.

12.Роль государственных институтов в формировании инновационной репутации организации.

13.Воздействие репутации на оценочную стоимость корпорации.

14.Количественные и качественные методы оценки инновационной репутации.

15.Инновационная социальная ответственность в практике современных бизнес-компаний