

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Емельянов Сергей Геннадьевич

Должность: ректор

Дата подписания: 27.09.2022 08:58:27

Уникальный программный ключ:

9ba7d3e34c012eba476ffd2d064cf2781953be730df2374d16f3c0ce536f0fc6

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой

экономики, управления и аудита

(наименование кафедры полностью)



Е.А. Бессонова

(подпись)

« 8 » 12 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине

Корпоративная культура

(наименование дисциплины)

38.03.03 Управление персоналом.

направленность (профиль) «Управление персоналом организации»

(код и наименование ОПОП ВО)

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Тема 1. Основные понятия, структура и содержание курса "корпоративная культура", системный подход в изучении дисциплины "Корпоративная культура"

1. Понятие корпоративной культуры.
2. Роль корпоративной культуры.
3. Значение корпоративной культуры.
4. Структура корпоративной культуры.
5. Содержание корпоративной культуры.
6. Системный подход к изучению корпоративной культуры.

Тема 2. Основные компоненты корпоративной культуры (ценности, коммуникационные системы, внешний вид персонала, трудовая этика и мораль, характер взаимодействия и т.д.)

1. Ценности – ядро корпоративной культуры.
2. Коммуникационные системы.
3. Внешний вид персонала – деловой облик сотрудника.
4. Трудовая этика и мораль – этические ценности организации.
5. Характер взаимодействия в рамках корпоративной культуры.

Тема 3. Принципы и методы формирования и поддержания корпоративной культуры

1. Основные подходы к проблеме формирования корпоративной культуры.
2. Методы поддержания и укрепления корпоративной культуры.
3. Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры.
4. Проблемы, влияющие на формирование корпоративной культуры.
5. Основные источники и этапы формирования культуры организации.

Тема 4. Влияние корпоративной культуры на организационную эффективность

1. Понятие эффективности в управлении.
2. Некоторые модели влияния культуры.
3. Характеристика организационной эффективности.
4. Взаимосвязь корпоративной культуры и организационной эффективности.

Тема 5. Факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры.

1. Некоторые особенности корпоративной культуры.
2. Предпосылки формирования российской корпоративной культуры.
3. Российская хозяйственная культура.
4. Деловая культура.
5. Корпоративная культура и корпоративная этика.
6. Этические принципы организации.
7. Этика руководителя.
8. Этические принципы хорошего подчинённого.

Тема 6. Понятие и вид субкультур. Сильные и слабые культуры

1. Субкультуры. Профессиональные субкультуры.
2. Модальная и нормативная субкультуры предприятия. Контркультура.
3. Формы проявления девиантного поведения.
4. Гендерная субкультура. Возрастные различия субкультур.
5. Сильные и слабые организационные культуры.

Тема 7. Содержание и показатели анализа корпоративной культуры. Взаимосвязь культуры и стратегии организации

1. Значение и вопросы оценки корпоративной культуры.
2. Инструменты оценки корпоративной культуры.
3. Миссия организации и корпоративной культуры.
4. Взаимосвязь культуры и стратегии организации.
5. Типология организационных культур.

Тема 8. Типология культур, характеристика основных типов. Методы изменения

культуры.

1. Вариант систематизации организационных культур (организации "А" и "Б").
2. Национальные особенности персонала.
3. Положительные и отрицательные организационные культуры.
4. Изменения корпоративной культуры как объективный процесс.
5. Факторы, определяющие изменения корпоративной культуры.
6. Механизмы изменения корпоративной культуры.
7. Формирование корпоративного имиджа

Шкала оценивания: 3 бальная.

Критерии оценивания :

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он принимает активное участие в беседе по большинству обсуждаемых вопросов (в том числе самых сложных); демонстрирует сформированную способность к диалогическому мышлению, проявляет уважение и интерес к иным мнениям; владеет глубокими (в том числе дополнительными) знаниями по существу обсуждаемых вопросов, ораторскими способностями и правилами ведения полемики; строит логичные, аргументированные, точные и лаконичные высказывания, сопровождаемые яркими примерами; легко и заинтересованно откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в обсуждении не менее 50% дискуссионных вопросов; проявляет уважение и интерес к иным мнениям, доказательно и корректно защищает свое мнение; владеет хорошими знаниями вопросов, в обсуждении которых принимает участие; умеет не столько вести полемику, сколько участвовать в ней; строит логичные, аргументированные высказывания, сопровождаемые подходящими примерами; не всегда откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в беседе по одному-двум наиболее простым обсуждаемым вопросам; корректно выслушивает иные мнения; неуверенно ориентируется в содержании обсуждаемых вопросов, порой допуская ошибки; в полемике предпочитает занимать позицию заинтересованного слушателя; строит краткие, но в целом логичные высказывания, сопровождаемые наиболее очевидными примерами; теряется при возникновении неожиданных ракурсов беседы и в этом случае нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием обсуждаемых вопросов или допускает грубые ошибки; пассивен в обмене мнениями или вообще не участвует в дискуссии; затрудняется в построении монологического высказывания и (или) допускает ошибочные высказывания; постоянно нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

1.2 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Тема 1. Основные понятия, структура и содержание курса "корпоративная культура", системный подход в изучении дисциплины "Корпоративная культура".

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 репрофилировании 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 «вверху» и «внизу».

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

а) Успокоиться, так как задача выполнена и процесс формирования корпоративной культуры завершен;

б) Следить за тем, чтобы количество жалоб сотрудников не превысило определенный порог;

в) Не опускать рук, потому что процесс формирования корпоративной культуры в принципе не может закончиться.

Тема 2. Основные компоненты корпоративной культуры (ценности, коммуникационные системы, внешний вид персонала, трудовая этика и мораль, характер взаимодействия и т.д.).

1. 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.

2. 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

3. 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.

4. 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.

5. По типологии Дж. Зонненфельда в этой культуре набирают новых молодых сотрудников, которые проявляют интерес к долговременному сотрудничеству и согласны медленно продвигаться по служебной лестнице. В отличие от «клубной культуры», работники здесь редко переходят из одного отдела в другой или из одного направления в другое. Основанием для поощрения и продвижения являются хорошая работа и профессиональное мастерство. Подобная культура ограничивает широкое развитие личности сотрудника и препятствует внутриорганизационной кооперации. О какой корпоративной культуре идет речь?

а) Бейсбольная команда;

б) Клубная культура;

в) Академическая культура;

г) Оборонная культура.

6. По типологии Дж. Зонненфельда нет гарантии постоянной работы, нет возможности для профессионального роста, так как компаниям часто приходится подвергаться реструктуризации и сокращать свой персонал, чтобы адаптироваться к новым внешним условиям. Такая культура губительна для работников, но при этом представляет прекрасные возможности для некоторых уверенных в своих силах менеджеров, которые любят принимать вызов. О какой корпоративной культуре идет речь?

а) Бейсбольная команда;

б) Клубная культура;

в) Академическая культура;

г) Оборонная культура.

7. В типологии Камерона-Куинна критерием успеха «клановой культуры» является:

а) Здоровый внутренний климат и забота о людях;

б) Производство и предоставление уникальных и новых продуктов и услуг;

в) Низкие затраты, надежные поставки, плановые календарные графики;

г) Проникновение на рынки, увеличение рыночной доли, лидерство на рынке.

8. В типологии Камерона-Куинна стилем лидерства «иерархической культуры» является:

а) Лидеры мыслят как воспитатели, возможно, как родители;

б) Лидеры считаются новаторами и людьми, готовыми рисковать;

в) Лидеры гордятся тем, что они рационально мыслящие координаторы и организаторы;

г) Лидеры — твердые руководители и суровые конкуренты. Они непоколебимы и требовательны.

9. В типологии Камерона-Куинна приоритетами организации «адхократической культуры» является:

а) Акцент — на долгосрочной выгоде от совершенствования личности. Высокое значение придается сплоченности коллектива и моральному климату;

б) Подчеркивается необходимость деятельности на передовом рубеже. В долгосрочной перспективе организация делает акцент на росте и обретении новых ресурсов;

в) Критически важно поддержание плавного хода деятельности организации. Долгосрочные заботы состоят в обеспечении стабильности показателей;

г) Репутация и успех являются общей заботой. Фокус перспективной стратегии настроен на конкурентные действия, решение поставленных задач и достижение измеримых целей. Стиль организации — жестко проводимая линия на конкурентоспособность.

10. В типологии Камерона-Куинна связующей сущностью организации «рыночной культуры» является:

а) Традиции, обязательность и преданность сотрудников;

б) Преданность экспериментированию и новаторству;

в) Формальные правила и официальная политика;

г) Организацию связывает воедино акцент на стремлении побеждать.

Тема 3. Принципы и методы формирования и поддержания корпоративной культуры.

1. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-1 (интегратором) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного по-

требителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры.

2. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-А (администратором) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного потребителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры

3. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-Р (героем) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного потребителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры.

4. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-Е (генератором идей) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного потребителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры.

5. Верно ли утверждение, что один человек может в себе сочетать все витамины по «теории витаминов» Ицхака Адизеса?

а) Да, верно. Топ-менеджеры ведущих компаний как раз сочетают в себе все эти качества;

б) Не совсем верно. Только самые лучшие менеджеры могут иметь сочетать в себе 3 витамина. Большинство обладает качествами одного-двух;

в) Не верно. Менеджер может являться лишь одним витамином.

6. Какие признаки соответствуют типу «семья» 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 полупамёка, 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.

7. 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 полупамёка, 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.

8. 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 полупамёка, 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.

9. 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 перепрофилирование организации на выпуск других продуктов или оказание других услуг.

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

а) Уничтожение, постройка, фиксация;

б) Перепрофилирование, перестройка, переубеждение;

в) Размораживание, движение, замораживание;

г) Революция, реформация, закручивание гаек.

Тема 4. Влияние корпоративной культуры на организационную эффективность.

1. Какие признаки свойственны авторитарному стилю лидерства?

а) Руководители и лидеры, склонные к этому стилю, предпочитают самостоятельно принимать все важные решения и вплотную контролировать действия своих подопечных;

б) Такие менеджеры и лидеры уделяют очень много внимания социальным нуждам своих работников. Их искренне занимает душевное состояние и благополучие людей, по отношению к которым они играют «отцовскую» роль;

в) Заключается в том, что работникам дается задача – дальше они сами выполняют ее в меру своего разума и как считают нужным. В худшем случае это может привести к полному хаосу и бесконтрольности и срыву сроков, но в лучшем – дает руководителю прекрасные возможности понаблюдать за людьми, увидеть их сильные и слабые стороны и заняться коучингом;

г) Похож на «отеческий» в том смысле, что здесь лидер/менеджер перед принятием решений консультируется со своими работниками, но окончательный вердикт всегда оставляет за собой.

2. Какие признаки свойственны демократическому стилю лидерства?

а) Он основан на большом доверии к работникам и предоставлении им большой доли самостоятельности и ответственности. Им позволено самим принимать немалую часть рабочих решений, а к их мнению прислушиваются;

б) Такие менеджеры и лидеры уделяют очень много внимания социальным нуждам своих работников. Их искренне занимает душевное состояние и благополучие людей, по отношению к которым они играют «отцовскую» роль;

в) Заключается в том, что работникам дается задача – а дальше они сами выполняют ее в меру своего разума и как считают нужным. В худшем случае это может привести к полному хаосу и бесконтрольности и срыву сроков, но в лучшем – дает руководителю прекрасные возможности понаблюдать за людьми, увидеть их сильные и слабые стороны и заняться коучингом;

г) Похож на «отеческий» в том смысле, что здесь лидер/менеджер перед принятием решений консультируется со своими работниками, но окончательный вердикт всегда оставляет за собой.

3. Какие признаки свойственны консультативному стилю лидерства?

а) Он основан на большом доверии к работникам и предоставлении им большой доли самостоятельности и ответственности. Им позволено самим принимать немалую часть рабочих решений, а к их мнению прислушиваются;

б) Такие менеджеры и лидеры уделяют очень много внимания социальным нуждам

своих работников. Их искренне занимает душевное состояние и благополучие людей, по отношению к которым они играют «отцовскую» роль;

в) Заключается в том, что работникам дается задача – а дальше они сами выполняют ее в меру своего разума и как считают нужным. В худшем случае это может привести к полному хаосу и бесконтрольности и срыву сроков, но в лучшем – дает руководителю прекрасные возможности понаблюдать за людьми, увидеть их сильные и слабые стороны и заняться коучингом;

г) Похож на «отеческий» в том смысле, что здесь лидер/менеджер перед принятием решений консультируется со своими работниками, но окончательный вердикт всегда оставляет за собой.

4. Этот стиль разрешения конфликтов рекомендуется в тех случаях, когда вы чувствуете себя неправым и предчувствуете правоту другого человека или когда этот человек обладает большей властью.

- а) Стиль конкуренции;
- б) Стиль уклонения;
- в) Стиль приспособления;
- г) Стиль сотрудничества.

5. Этот стиль разрешения конфликтов может быть эффективным в том случае, когда вы обладаете определенной властью; вы знаете, что ваше решение или подход в данной ситуации правильны и вы имеете возможность настаивать на них.

- а) Стиль конкуренции;
- б) Стиль уклонения;
- в) Стиль приспособления;
- г) Стиль сотрудничества.

6. Какой стиль разрешения конфликтов означает то, что вы действуете совместно с другим человеком, не пытаясь отстаивать собственные интересы?

- а) Стиль конкуренции;
- б) Стиль уклонения;
- в) Стиль приспособления;
- г) Стиль сотрудничества.

7. Следуя этому стилю разрешения конфликтов, вы активно участвуете в разрешении конфликта и отстаиваете свои интересы, но стараетесь при этом сотрудничать с другим человеком.

- а) Стиль сотрудничества;
- б) Стиль компромисса;
- в) Стиль уклонения;
- г) Стиль приспособления.

8. Согласно этому стилю разрешения конфликтов вы немного уступаете в своих интересах, чтобы удовлетворить их в оставшемся, другая сторона делает то же самое.

- а) Стиль сотрудничества;
- б) Стиль компромисса;
- в) Стиль уклонения;
- г) Стиль приспособления.

9. Свод норм и правил, описывающий те модели поведения и единые стандарты отношений и совместной деятельности, которые существуют в компании это:

- а) Корпоративный кодекс;
- б) Закон корпорации;
- в) Устав фирмы;
- г) Миссия.

10. Описание ценностей компании, совокупность которых обеспечивает выстраивание и прослеживание четких взаимосвязей видов деятельности компании с внутренней и внешней средой это:

- а) Корпоративный кодекс;
- б) Устав фирмы;
- в) Миссия;
- г) Закон корпорации.

Тема 5. Факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры.

1. Аналог рекламного слогана, предназначение которого – позиционирование компании, отражающее то лучшее, что компания предлагает это:

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

2. 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.

3. Душой и верой организации является:

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

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

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

5. 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.

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

- а) Начальник;
- б) Герой;
- в) Тренер;
- г) Учитель.

7. 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.

8. 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.

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

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

10. 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.

Тема 6. Понятие и вид субкультур. Сильные и слабые культуры.

1. Сколько уровней культуры на предприятии (организации):

- а) 1
- б) 2
- в) 3
- г) 4

2. Что является нижним уровнем субкультуры на предприятии (организации):

- а) организационная культура
- б) управленческая культура
- в) контркультура
- г) национальная культура

3. Объектом корпоративной субкультуры является:

- а) процесс формирования основных ценностей организации
- б) формирование взаимоотношений и взаимосвязей между людьми и подразделениями
- в) любая социально-экономическая система, поддающаяся управлению
- г) действующая в организации система коммуникации

4. Методами, используемыми при формировании и развитии организационной субкультуры, являются:

- а) эмпирический метод
- б) методы системного анализа
- в) метод моделирования конфликта
- г) метод математического моделирования

5. Более ёмким является понятие:

- а) организационная культура
- б) корпоративная субкультура
- в) они одинаковы
- г) это разные понятия, их нельзя сравнивать

6. Что не является основным принципом корпоративной субкультуры:

- а) всеобщность
- б) обоснованность
- в) априорность
- г) субъективность

7. По стилю управления корпоративные культуры подразделяются на:

- а) бюрократическую и демократическую
- б) авторитарную и либеральную
- в) либеральную и бюрократическую
- г) демократическую и авторитарную

8. В бюрократической корпоративной культуре основным мотивом деятельности работника является:

- а) экономический интерес
- б) вызов, влекущий самореализацию

в) общие командные цели

г) социальные отношения

9. Объединения людей, сообща реализующих интересы, программы, цели, социально-культурные установки, противостоящие фундаментальным принципам, ценностям и правилам общества это:

а) неформальные организации

б) контркультурные организации

в) формальные организации

г) ассоциативные организации

10. Набор наиболее важных положений, применяемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях и нормах, которые служат ориентирами поведения и действий персонала

а) корпоративная культура;

б) социальная культура

в) общественная культура

г) народная культура

Тема 7. Содержание и показатели анализа организационной культуры. Взаимосвязь культуры и стратегии организации

1. Корпоративная культура – это:

а) культура организации;

б) фирменная культура;

в) культура предпринимательства;

г) культура общественная

2. Компонентами корпоративной культуры являются:

а) принятая система лидерства;

б) стили разрешения конфликтов;

в) принятая символика: лозунги, организационные табу, ритуалы;

г) нет правильного ответа

3. Призыв или обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею, требование:

а) лозунг;

б) организационное табу;

в) ритуал

4. Характеристики корпоративной культуры:

а) нормы поведения;

б) культура общения;

в) деловой этикет;

г) трудовая этика;

д) автоматизация бухгалтерского учета

5. 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

6. 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

7. 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

8. Установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов:

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

9. Образцы порядка, отношений, поведения, деятельности, принадлежащие к наследию компании и охраняемые общественным мнением:

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

10. Основные составляющие трудовой этики:

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

11. Эмблема и цветовая гамма корпоративной культуры:

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

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

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

13. 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

Тема 8. Типология культур, характеристика основных типов. Методы изменения культуры.

1. 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 «Организационная культура»;
- б) понятием организационной культуры;
- в) основанием классификации организационных культур;
- г) все ответы верны.

2. К особенностям корпоративных культур 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.

3. 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 «Организационная культура»;

б) понятие организационной культуры;

в) основание классификации организационных культур;

г) все ответы верны.

4. 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.

5. 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.

6. 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 определённые идеи и убеждения;

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

7. Нормы — 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.

8. 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.

9. 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 определенные идеи и убеждения;

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

10. Основные характеристики корпоративной культуры определяет:

а) организационная структура;

б) структура коммуникаций;

в) структура социально-психологических отношений;

г) ценностно-нормативная структура.

11. Ценностно-нормативная структура включает:

а) основные ценности, разделяемые в организации;

б) корпоративные традиции, ритуалы;

в) корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами);

г) все ответы верны.

12. Что не входит в организационную структуру?

а) формальная и неформальная организационная структура, структура власти и лидерства;

б) нормы и правила (писанные и неписанные) внутреннего взаимодействия;

в) поведенческие нормы, фирменный стиль;

г) традиции и правила «внутреннего распорядка» (поведения на рабочем месте).

13. Что не входит в структуру коммуникаций?

а) мифы и легенды организации;

б) структура формализованных и неформальных информационных потоков;

в) качество коммуникации: потеря и преобразование информации;

г) направленные действия по «внутреннему PR».

14. Структура социально-психологических отношений включает:

а) структуру взаимных симпатий, выборов, предпочтений; систему ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.); внутреннюю позиционность и конфликтность; отношение к руководителям организации (авторитетность);

б) корпоративные предания (историю); мифы и легенды об организации, ее сотрудниках и руководителях, «героях» и «антигероях»; «игры, в которые играют сотрудники и боссы»;

в) имидж организации; имидж, который воспроизводится в реальном общении с клиентом; восприятие компании и её продукции в обществе; рекламные атрибуты: логотип, слоган и др.;

г) основные ценности, разделяемые в организации; корпоративные традиции, ритуалы; корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами).

15. Структура внешней идентификации (фирменного стиля) включает:

а) структуру взаимных симпатий, выборов, предпочтений; систему ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.); внутреннюю позиционность и конфликтность; отношение к руководителям организации (авторитетность);

б) корпоративные предания (историю); мифы и легенды об организации, ее сотрудниках и руководителях, «героях» и «антигероях»; «игры, в которые играют сотрудники и боссы»;

в) имидж организации; имидж, который воспроизводится в реальном общении с клиентом; восприятие компании и её продукции в обществе; рекламные атрибуты: логотип, слоган и др.;

г) основные ценности, разделяемые в организации; корпоративные традиции, ритуалы; корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами).

16. Игровая структура включает:

а) структуру взаимных симпатий, выборов, предпочтений; систему ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.); внутреннюю позиционность и конфликтность;

отношение к руководителям организации (авторитетность);

б) корпоративные предания (историю); мифы и легенды об организации, ее сотрудниках и руководителях, «героях» и «антигероях»; «игры, в которые играют сотрудники и боссы»;

в) имидж организации; имидж, который воспроизводится в реальном общении с клиентом; восприятие компании и её продукции в обществе; рекламные атрибуты: логотип, слоган и др.;

г) основные ценности, разделяемые в организации; корпоративные традиции, ритуалы; корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами).

17. Наиболее видимым уровнем корпоративной культуры (по Э. Шейну) являются:

а) артефакты;

б) поддерживаемые ценности;

в) базовые предположения или принципы;

г) все ответы верны.

18. Основными компонентами корпоративной культуры являются:

а) налоговая культура, финансовая культура, культура отношений руководства и подчинённых;

б) культура поведения, культура общения, культура внутренних отношений, культура совместного отдыха сотрудников;

в) культура управления, культура производства, культура внешних отношений, коммерческая культура, экологическая культура, культура отношений с акционерами;

г) все ответы верны.

19. Какой компонент организационной культуры включает в себя культуру проведения деловых совещаний, переговоров, встреч, а также культуру делопроизводства и коммуникаций?

а) культура производства;

б) культура управления;

в) культура внешних отношений;

г) культура отношений с акционерами.

Шкала оценивания: 3 балльная.

Критерии оценивания:

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 5-балльной шкале:

3 балла (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если правильно выполнено 100-90% заданий.

2 балла (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если правильно выполнено 89-75% заданий.

1 балл (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если правильно выполнено 74-60% заданий.

0 баллов (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если правильно решено 59% и менее % заданий.

4 балла и менее – оценке «неудовлетворительно».

1.3 ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

Тема 1. Основные понятия, структура и содержание курса "корпоративная культура", системный подход в изучении дисциплины "Корпоративная культура"

2 Понятие культура, подходы к анализу «культуры».

3 Понятие организационной культуры и её элементы.

4 Множественность представлений о сущности феномена культуры. Определения культуры.

5 Культура, цивилизация и массовая культура. Социокультурная среда организаций и человека.

6 Природа и сущность организационной культуры.

7 Общее и различия понятий «организационная культура» и «корпоративная культура».

8 Эволюция наук об управлении: корпоративная культура как инструмент управления персоналом организации

Тема 2. Основные компоненты корпоративной культуры (ценности, коммуникационные системы, внешний вид персонала, трудовая этика и мораль, характер взаимодействия и т.д.)

- 1 Методы изучения организационной культуры
- 2 Системный подход к изучению организационной культуры
- 3 Внешние и внутренние факторы организационной культуры
- 4 Организационный климат
- 5 Тип руководителя и стиль руководства / лидерства
- 6 Организационный этикет
- 7 Психологические типы сотрудников, коллектива
- 8 Личностные неосознаваемые факторы
- 9 Понятие и виды субкультур
- 10 Сильные и слабые организационные культуры
- 11 Основы типологии организационных культур

Тема 3. Принципы и методы формирования и поддержания корпоративной культуры

1 Концепция социокультурной среды
2 Содержание и подходы к определению показателей анализа организационной культуры.

- 3 Методы диагностики организационной культуры
- 4 Методики диагностики организационной культуры: OCAI, Д. Денисон
- 5 Принципы формирования организационной культуры
- 6 Методы и факторы формирования организационной культуры
- 7 Цели, решаемые в процессе поддержания организационной культуры
- 8 Основные методы поддержания организационной культуры
- 9 Методы и факторы изменения организационной культуры

Тема 4. Влияние корпоративной культуры на организационную эффективность

Научные взгляды Г. Хофстеде

- 1 Научные взгляды Ф. Тромпенаарса
- 2 Научные взгляды Д. Ламмерса и Д. Хиксона
- 3 Научные взгляды У. Оучи
- 4 Научные взгляды Т. Питерса и Р. Уотермена
- 5 Научные взгляды Т. Дилла и А. Кеннеди

Тема 5. Факторы, влияющие на особенности корпоративной культуры.

1 Технология формирования корпоративной культуры
2 Понятие организационной эффективности
3 Виды организационной эффективности
4 Эффективность в разных типах организационных культур
5 Роль организационной культуры в эффективном функционировании и развитии организации.

Тема 6. Понятие и вид субкультур. Сильные и слабые культуры

- 1 Понятия субкультуры.
- 2 Виды субкультуры.
- 3 Сильные и слабые субкультуры.
- 4 Организационное развитие и организационная культура.
- 5 Безопасность организационного развития компании.
- 6 Имидж организации и его формирование.

Тема 7. Содержание и показатели анализа корпоративной культуры. Взаимосвязь культуры и стратегии организации

- 1 Коммуникативное единство организации.
- 2 Организационная культура и система управления знаниями

- 3 Коммуникационные технологии укрепления организационной культуры.
- 4 Лояльность в понимании различных организационных культур

Тема 8. Типология культур, характеристика основных типов. Методы изменения культуры.

- 1 Понятие типологии культур.
- 2 Характеристика основных типов культур.
- 3 Методы изменения культуры.

Критерии оценивания:

10 баллов (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, при этом убедительно и аргументированно изложена собственная позиция автора по рассматриваемому вопросу; структура реферата логична; изучено большое количество актуальных источников, грамотно сделаны ссылки на источники; самостоятельно подобран яркий иллюстративный материал; сделан обоснованный убедительный вывод; отсутствуют замечания по оформлению реферата.

7 баллов (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, сделана попытка самостоятельного осмысления темы; структура реферата логична; изучено достаточное количество источников, имеются ссылки на источники; приведены уместные примеры; сделан обоснованный вывод; имеют место незначительные недочеты в содержании и (или) оформлении реферата.

5 баллов (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта неполно и (или) в изложении темы имеются недочеты и ошибки; структура реферата логична; количество изученных источников менее рекомендуемого, сделаны ссылки на источники; приведены общие примеры; вывод сделан, но имеет признаки неполноты и неточности; имеются замечания к содержанию и (или) оформлению реферата.

3 балла (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если содержание реферата имеет явные признаки плагиата и (или) тема реферата не раскрыта и (или) в изложении темы имеются грубые ошибки; материал не структурирован, излагается непоследовательно и сбивчиво; количество изученных источников значительно менее рекомендуемого, неправильно сделаны ссылки на источники или они отсутствуют; не приведены примеры или приведены неверные примеры; отсутствует вывод или вывод расплывчат и неконкретен; оформление реферата не соответствует требованиям.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

1. Вставьте пропущенное слово.

_____ - это нормы и образцы поведения, которые определяют деятельность всех сотрудников компании и отношения между ними.

2. Принципы корпоративной культуры - это _____, которые обеспечивают формирование и развитие корпоративной культуры.

3. Расшифруйте принципы корпоративной культуры.

Принцип соответствия действующему законодательству	
Принцип вознаграждения	
Принцип обязательности	
Принцип размерности и полезности	
Принцип социально-экономического и интеллектуального развития	
Принцип свободного проявления.	

Принцип четкости	
------------------	--

4. 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.

5. Аналог рекламного слогана, предназначение которого – позиционирование компании, отражающее то лучшее, что компания предлагает это:

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

6. 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.

7. Душой и верой организации является:

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

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

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

9. 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.

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

- а) Начальник;
- б) Герой;
- в) Тренер;
- г) Учитель.

11. 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.

12. 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.

13. 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.

14. 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.

15. 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.

16. 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.

17. 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.

18. 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 определённые идеи и убеждения;

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

19. Нормы — 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.

20. 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. Пройти в новой сфере в одиночку было очень трудно, люди чувствовали себя неуверенно, и поэтому они привлекали в свои фирмы друзей и близких;

б) Характеризуется жесткой иерархией, существуют роли отца и матери, старших и младших сестер и братьев. Взаимоотношения основаны на чувствах, полное отсутствие каких-либо официальных правил. Руководитель уверен, что подчиненные должны понимать его с полуслова и полупамёта, а подчиненные, не получая четких 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 высшего 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.

21. 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. Пройти в новой сфере в одиночку было очень трудно, люди чувствовали себя неуверенно, и поэтому они привлекали в свои фирмы друзей и близких;

б) Характеризуется жесткой иерархией, существуют роли отца и матери, старших и младших сестер и братьев. Взаимоотношения основаны на чувствах, полное отсутствие каких-либо официальных правил. Руководитель уверен, что подчиненные должны понимать его с полуслова и полупамёта, а подчиненные, не получая четких 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 высшего 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.

22. 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 переупорядочивание организации на выпуск других продуктов или оказание других услуг.

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

а) Уничтожение, постройка, фиксация;

б) Переупорядочивание, перестройка, переубеждение;

в) Размораживание, движение, замораживание;

г) Революция, реформация, закручивание гаек.

24. В каком веке впервые был применен термин «Корпоративная культура»:

- а) XX;
- б) XIX;
- в) XVIII;
- г) XXI.

25. Кто первым сформулировал термин «Корпоративная культура»?

- а) Хельмут фон Мольтке;
- б) Генри Форд;
- в) Акио Морита;
- г) Ричард Бренсон.

26. 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.

27. 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.

28. Носители корпоративной культуры – это:

- а) Высший менеджмент компании;
- б) Только генеральный директор;
- в) Сотрудники нижней ступени;
- г) Сотрудники компании всех уровней.

29. 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.

30. 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.

31. 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.

32. Процесс разработки корпоративной культуры идет:

а) «Снизу вверх» и «сверху вниз»;

б) Только «Сверху вниз»;

в) Только «Снизу вверх»;

г) Параллельно «вверху» и «внизу».

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

а) Успокоиться, так как задача выполнена и процесс формирования корпоративной культуры завершен;

б) Следить за тем, чтобы количество жалоб сотрудников не превысило определенный порог;

в) Не опускать рук, потому что процесс формирования корпоративной культуры в принципе не может закончиться.

34. Какие признаки свойственны авторитарному стилю лидерства?

а) Руководители и лидеры, склонные к этому стилю, предпочитают самостоятельно принимать все важные решения и вплотную контролировать действия своих подопечных;

б) Такие менеджеры и лидеры уделяют очень много внимания социальным нуждам своих работников. Их искренне занимает душевное состояние и благополучие людей, по отношению к которым они играют «отцовскую» роль;

в) Заключается в том, что работникам дается задача – дальше они сами выполняют ее в меру своего разума и как считают нужным. В худшем случае это может привести к полному хаосу и бесконтрольности и срыву сроков, но в лучшем – дает руководителю прекрасные возможности понаблюдать за людьми, увидеть их сильные и слабые стороны и заняться коучингом;

г) Похож на «отеческий» в том смысле, что здесь лидер/менеджер перед принятием решений консультируется со своими работниками, но окончательный вердикт всегда оставляет за собой.

35. Какие признаки свойственны демократическому стилю лидерства?

а) Он основан на большом доверии к работникам и предоставлении им большой доли самостоятельности и ответственности. Им позволено самим принимать немалую часть рабочих решений, а к их мнению прислушиваются;

б) Такие менеджеры и лидеры уделяют очень много внимания социальным нуждам своих работников. Их искренне занимает душевное состояние и благополучие людей, по отношению к которым они играют «отцовскую» роль;

в) Заключается в том, что работникам дается задача – а дальше они сами выполняют ее в меру своего разума и как считают нужным. В худшем случае это может привести к полному хаосу и бесконтрольности и срыву сроков, но в лучшем – дает руководителю прекрасные возможности понаблюдать за людьми, увидеть их сильные и слабые стороны и заняться коучингом;

г) Похож на «отеческий» в том смысле, что здесь лидер/менеджер перед принятием решений консультируется со своими работниками, но окончательный вердикт всегда оставляет за собой.

36. Какие признаки свойственны консультативному стилю лидерства?

а) Он основан на большом доверии к работникам и предоставлении им большой доли самостоятельности и ответственности. Им позволено самим принимать немалую часть рабочих решений, а к их мнению прислушиваются;

б) Такие менеджеры и лидеры уделяют очень много внимания социальным нуждам своих работников. Их искренне занимает душевное состояние и благополучие людей, по отношению к которым они играют «отцовскую» роль;

в) Заключается в том, что работникам дается задача – а дальше они сами выполняют ее в меру своего разума и как считают нужным. В худшем случае это может привести к полному хаосу и бесконтрольности и срыву сроков, но в лучшем – дает руководителю прекрасные возможности понаблюдать за людьми, увидеть их сильные и слабые стороны и заняться коучингом;

г) Похож на «отеческий» в том смысле, что здесь лидер/менеджер перед принятием решений консультируется со своими работниками, но окончательный вердикт всегда оставляет за собой.

37. Этот стиль разрешения конфликтов рекомендуется в тех случаях, когда вы чувствуете себя неправым и предчувствуете правоту другого человека или когда этот человек обладает большей властью.

- а) Стиль конкуренции;
- б) Стиль уклонения;
- в) Стиль приспособления;
- г) Стиль сотрудничества.

38. Этот стиль разрешения конфликтов может быть эффективным в том случае, когда вы обладаете определенной властью; вы знаете, что ваше решение или подход в данной ситуации правильны и вы имеете возможность настаивать на них.

- а) Стиль конкуренции;
- б) Стиль уклонения;
- в) Стиль приспособления;
- г) Стиль сотрудничества.

39. Какой стиль разрешения конфликтов означает то, что вы действуете совместно с другим человеком, не пытаясь отстаивать собственные интересы?

- а) Стиль конкуренции;
- б) Стиль уклонения;
- в) Стиль приспособления;
- г) Стиль сотрудничества.

40. Следуя этому стилю разрешения конфликтов, вы активно участвуете в разрешении конфликта и отстаиваете свои интересы, но стараетесь при этом сотрудничать с другим человеком.

- а) Стиль сотрудничества;
- б) Стиль компромисса;
- в) Стиль уклонения;
- г) Стиль приспособления.

41. Согласно этому стилю разрешения конфликтов вы немного уступаете в своих интересах, чтобы удовлетворить их в оставшемся, другая сторона делает то же самое.

- а) Стиль сотрудничества;
- б) Стиль компромисса;
- в) Стиль уклонения;
- г) Стиль приспособления.

42. Свод норм и правил, описывающий те модели поведения и единые стандарты отношений и совместной деятельности, которые существуют в компании это:

- а) Корпоративный кодекс;
- б) Закон корпорации;
- в) Устав фирмы;
- г) Миссия.

43. Описание ценностей компании, совокупность которых обеспечивает выстраивание и прослеживание четких взаимосвязей видов деятельности компании с внутренней и внешней средой это:

- а) Корпоративный кодекс;
- б) Устав фирмы;

- в) Миссия;
- г) Закон корпорации.

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

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

45. 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.

46. Корпоративная культура – это:

- а) культура организации;
- б) фирменная культура;
- в) культура предпринимательства;
- г) культура общественная

47. Компонентами корпоративной культуры являются:

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

48. Призыв или обращение в лаконичной форме, выражающее руководящую идею, требование:

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

49. Характеристики корпоративной культуры:

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

50. 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

51. 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

52. 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

53. Установленный порядок поведения в сфере бизнеса и деловых контактов:

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

54. Образцы порядка, отношений, поведения, деятельности, принадлежащие к наследию компании и охраняемые общественным мнением:

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

55. Основные составляющие трудовой этики:

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

56. Эмблема и цветовая гамма корпоративной культуры:

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

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

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

58. 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

59. 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.

60. 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.

61. Основные характеристики организационной культуры определяет:

- а) организационная структура;
- б) структура коммуникаций;
- в) структура социально-психологических отношений;

г) ценностно-нормативная структура.

62. Ценностно-нормативная структура включает:

- а) основные ценности, разделяемые в организации;
- б) корпоративные традиции, ритуалы;
- в) корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами);
- г) все ответы верны.

63. Что не входит в организационную структуру?

а) формальная и неформальная организационная структура, структура власти и лидерства;

- б) нормы и правила (писаные и неписаные) внутреннего взаимодействия;
- в) поведенческие нормы, фирменный стиль;
- г) традиции и правила «внутреннего распорядка» (поведения на рабочем месте).

64. Что не входит в структуру коммуникаций?

- а) мифы и легенды организации;
- б) структура формализованных и неформальных информационных потоков;
- в) качество коммуникации: потеря и преобразование информации;
- г) направленные действия по «внутреннему PR».

65. Структура социально-психологических отношений включает:

а) структуру взаимных симпатий, выборов, предпочтений; систему ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.); внутреннюю позиционность и конфликтность; отношение к руководителям организации (авторитетность);

б) корпоративные предания (историю); мифы и легенды об организации, ее сотрудниках и руководителях, «героях» и «антигероях»; «игры, в которые играют сотрудники и боссы»;

в) имидж организации; имидж, который воспроизводится в реальном общении с клиентом; восприятие компании и её продукции в обществе; рекламные атрибуты: логотип, слоган и др.;

г) основные ценности, разделяемые в организации; корпоративные традиции, ритуалы; корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами).

66. Структура внешней идентификации (фирменного стиля) включает:

а) структуру взаимных симпатий, выборов, предпочтений; систему ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.); внутреннюю позиционность и конфликтность; отношение к руководителям организации (авторитетность);

б) корпоративные предания (историю); мифы и легенды об организации, ее сотрудниках и руководителях, «героях» и «антигероях»; «игры, в которые играют сотрудники и боссы»;

в) имидж организации; имидж, который воспроизводится в реальном общении с клиентом; восприятие компании и её продукции в обществе; рекламные атрибуты: логотип, слоган и др.;

г) основные ценности, разделяемые в организации; корпоративные традиции, ритуалы; корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами).

67. Игровая структура включает:

а) структуру взаимных симпатий, выборов, предпочтений; систему ролей в организации (конструктивных, деструктивных и др.); внутреннюю позиционность и конфликтность; отношение к руководителям организации (авторитетность);

б) корпоративные предания (историю); мифы и легенды об организации, ее сотрудниках и руководителях, «героях» и «антигероях»; «игры, в которые играют сотрудники и боссы»;

в) имидж организации; имидж, который воспроизводится в реальном общении с клиентом; восприятие компании и её продукции в обществе; рекламные атрибуты: логотип, слоган и др.;

г) основные ценности, разделяемые в организации; корпоративные традиции, ритуалы; корпоративные нормы и правила (взаимоотношения с клиентами).

68. Наиболее видимым уровнем организационной культуры (по Э. Шейну) являются:

- а) артефакты;

- б) поддерживаемые ценности;
- в) базовые предположения или принципы;
- г) все ответы верны.

69. Основными компонентами организационной культуры являются:

- а) налоговая культура, финансовая культура, культура отношений руководства и подчинённых;
- б) культура поведения, культура общения, культура внутренних отношений, культура совместного отдыха сотрудников;
- в) культура управления, культура производства, культура внешних отношений, коммерческая культура, экологическая культура, культура отношений с акционерами;
- г) все ответы верны.

70. Какой компонент организационной культуры включает в себя культуру проведения деловых совещаний, переговоров, встреч, а также культуру делопроизводства и коммуникаций?

- а) культура производства;
- б) культура управления;
- в) культура внешних отношений;
- г) культура отношений с акционерами.

71. Сколько уровней культуры на предприятии (организации):

- а) 1
- б) 2
- в) 3
- г) 4

72. Что является нижним уровнем культуры на предприятии (организации):

- а) организационная культура
- б) управленческая культура
- в) контркультура
- г) национальная культура

73. Объектом корпоративной культуры является:

- а) процесс формирования основных ценностей организации
- б) формирование взаимоотношений и взаимосвязей между людьми и подразделениями
- в) любая социально-экономическая система, поддающаяся управлению
- г) действующая в организации система коммуникации

74. Методами, используемыми при формировании и развитии организационной культуры, являются:

- а) эмпирический метод
- б) методы системного анализа
- в) метод моделирования конфликта
- г) метод математического моделирования

75. Более ёмким является понятие:

- а) организационная культура
- б) корпоративная культура
- в) они одинаковы
- г) это разные понятия, их нельзя сравнивать

76. Что не является основным принципом корпоративной культуры:

- а) всеобщность
- б) обоснованность
- в) априорность
- г) субъективность

77. По стилю управления корпоративной культуры подразделяются на:

- а) бюрократическую и демократическую
- б) авторитарную и либеральную
- в) либеральную и бюрократическую

г) демократическую и авторитарную

78. В бюрократической корпоративной культуре основным мотивом деятельности работника является:

- а) экономический интерес
- б) вызов, влекущий самореализацию
- в) общие командные цели
- г) социальные отношения

79. Объединения людей, сообща реализующих интересы, программы, цели, социально-культурные установки, противостоящие фундаментальным принципам, ценностям и правилам общества это:

- а) неформальные организации
- б) контркультурные организации
- в) формальные организации
- г) ассоциативные организации

80. Набор наиболее важных положений, применяемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях и нормах, которые служат ориентирами поведения и действий персонала

- а) корпоративная культура;
- б) социальная культура
- в) общественная культура
- г) народная культура

81. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-1 (интегратором) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного потребителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры.

82. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-А (администратором) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного потребителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры

83. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-Р (героем) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного потребителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры.

84. В «теории витаминов» Ицхака Адизеса Витамином-Е (генератором идей) является:

а) Человек инструкций и правил. Он делает компанию более рациональной и управляемой. Наиболее эффективным будет в иерархической организационной культуре;

б) Человек действия. Он берет идею и не только воплощает ее в жизнь, но и может на ней заработать денег. Его слабая сторона — неумение делегировать и желание тянуть одеяло на себя, от чего он и сам очень устает. Это витамин рыночной культуры, в которой герои соревнуются за достижение результата и удовлетворение клиента;

в) Фонтан идей с утра и до поздней ночи, при этом они могут кардинально противоречить друг другу, быть не реальными, дорогими, сумасшедшими. Но несколько таких идей из сотни делают компанию монополистом на рынке избалованного потребителя. Генераторы идей делают компанию эффективной в долгосрочной перспективе. Здесь легко узнается предпринимательская или адхократическая организационная культура;

г) Человек, который делает организацию рациональной в долгосрочной перспективе. Он объединяет людей, показывая, что конечный результат зависит от вклада каждого и все работают на одну цель. Несомненно, узнаются принципы семейно-клановой культуры.

85. Верно ли утверждение, что один человек может в себе сочетать все витамины по «теории витаминов» Ицхака Адизеса?

а) Да, верно. Топ-менеджеры ведущих компаний как раз сочетают в себе все эти качества;

б) Не совсем верно. Только самые лучшие менеджеры могут иметь сочетать в себе 3 витамина. Большинство обладает качествами одного-двух;

в) Не верно. Менеджер может являться лишь одним витамином.

86. Какие признаки соответствуют типу «семья» 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 жесткой иерархией, существуют роли отца и матери, старших и младших сестер и братьев. Взаимоотношения основаны на чувствах, полное отсутствие каких-либо официальных правил. Руководитель уверен, что подчиненные должны понимать его с полуслова и полунамёка, а подчиненные, не получая четких 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.

87. 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.

88. 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

89. 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.

90. 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.

91. По типологии Дж. Зонненфельда в этой культуре набирают новых молодых сотрудников, которые проявляют интерес к долговременному сотрудничеству и согласны медленно продвигаться по служебной лестнице. В отличие от «клубной культуры», работники здесь редко переходят из одного отдела в другой или из одного направления в другое. Основанием для поощрения и продвижения являются хорошая работа и профессиональное мастерство. Подобная культура ограничивает широкое развитие личности сотрудника и препятствует внутриорганизационной кооперации. О какой корпоративной культуре идет речь?

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

92. По типологии Дж. Зонненфельда нет гарантии постоянной работы, нет возможности для профессионального роста, так как компаниям часто приходится подвергаться реструктуризации и сокращать свой персонал, чтобы адаптироваться к новым внешним условиям. Такая культура губительна для работников, но при этом представляет прекрасные возможности для некоторых уверенных в своих силах менеджеров, которые любят принимать вызов. О какой корпоративной культуре идет речь?

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

93. В типологии Камерона-Куинна критерием успеха «клановой культуры» является:

- а) Здоровый внутренний климат и забота о людях;
- б) Производство и предоставление уникальных и новых продуктов и услуг;
- в) Низкие затраты, надежные поставки, плановые календарные графики;
- г) Проникновение на рынки, увеличение рыночной доли, лидерство. на рынке.

94. В типологии Камерона-Куинна стилем лидерства «иерархической культуры» является:

- а) Лидеры мыслят как воспитатели, возможно, как родители;
- б) Лидеры считаются новаторами и людьми, готовыми рисковать;
- в) Лидеры гордятся тем, что они рационально мыслящие координаторы и организаторы;
- г) Лидеры — твердые руководители и суровые конкуренты. Они непоколебимы и требовательны.

95. В типологии Камерона-Куинна приоритетами организации «адхократической культуры» является:

- а) Акцент — на долгосрочной выгоде от совершенствования личности. Высокое значение придается сплоченности коллектива и моральному климату;
- б) Подчеркивается необходимость деятельности на передовом рубеже. В долгосрочной перспективе организация делает акцент на росте и обретении новых ресурсов;
- в) Критически важно поддержание плавного хода деятельности организации. Долгосрочные заботы состоят в обеспечении стабильности показателей;
- г) Репутация и успех являются общей заботой. Фокус перспективной стратегии настроен на конкурентные действия, решение поставленных задач и достижение измеримых целей. Стиль организации — жестко проводимая линия на конкурентоспособность.

96. В типологии Камерона-Куинна связующей сущностью организации «рыночной культуры» является:

- а) Традиции, обязательность и преданность сотрудников;
- б) Преданность экспериментированию и новаторству;
- в) Формальные правила и официальная политика;
- г) Организацию связывает воедино акцент на стремлении побеждать.

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по пятибалльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

2.2 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ

Компетентностно-ориентированная задача № 1.

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 «серф» - *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, анаоборот, 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.

Компетентностно-ориентированная задача № 2.

"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.

Задание:

Сделайте план работы направления корпоративной культуры на год.

Компетентностно-ориентированная задача № 3.

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.

Компетентностно-ориентированная задача № 4.

Вы с друзьями получили в своё распоряжение здание заброшенного завода. Место – формально Ленинградская область, по сути – окраина Санкт-Петербурга. Метро по близости нет, общественного транспорта тоже, рядом только шоссе. Вы несколько ограничены в собственных финансовых ресурсах, но обладаете хорошей кредитной историей. Но даже с кредитом, денег не хватит, чтобы запустить завод как производство. Здание имеет надёжную конструкцию, подведены все коммуникации, но в данный момент требуются работы по их подключению. Основное производственное помещение с высокими потолками, пристройка служебных помещений имеет три этажа. Есть подвальные помещения. Мебель несохранилась, целых окон нет. Общая площадь 3000 м². В наличии территория, которую можно использовать в качестве парковки.

Задание:

Предложите оптимальный способ использования данного актива с учётом текущей экономической ситуации в регионе.

Компетентностно-ориентированная задача № 5.

На заводе произошла поломка оборудования: деталь застряла в огромном агрегате, ещё немного и выйдет из строя целый производственный участок. В этот момент опытный рабочий Петров, бросается прямо внутрь агрегата. Он успевает вытащить деталь, падая на спину, с трудом уворачивается от подвижного узла механизма. Всё это выглядит как сцена из голливудского блокбастера, все присутствующие встретили Петрова аплодисментами, кроме мастера участка, который только успел подбежать. Начальник цеха, узнав о происшествии, перед лицом коллег поблагодарил Петрова и даже пообещал выплатить премию, а мастера отстранил от работы. Если бы авария всё-таки произошла, весь завод встал бы на неделю. Предприятие бы потеряло 40 млн руб. Среднегодовая заработная плата Петрова 70 тыс. руб./месяц. В случае несчастного случая, который привёл к тяжким увечьям или гибели работника предприятие столкнётся с рядом проблем. Например, трудовой кодекс РФ предусматривает следующие выплаты в случае смерти на производстве: - Утраченный заработок (если погибший не успел получить начисленную ему заработную плату, ее передают родственникам). - Расходы на медицинскую помощь и реабилитацию. - Затраты на погребение. Виновного могут привлечь к уголовной ответственности. Единовременная выплата родственникам составляет 1 млн руб. Но сам факт несчастного случая не подразумевает обязательное признание вины работодателя. Верховный суд РФ дал следующее разъяснение: «Если инцидент произошел исключительно по причине небрежного поведения работника, суд должен принять это во внимание и оправдать работодателя».

Задание:

1. Правильно ли поступил начальник цеха?
2. Какую официальную позицию по подобным вопросам должно занимать руководство предприятия в долгосрочной перспективе?
3. Какую фактическую политику по подобным вопросам должно занимать руководство предприятия?

Компетентностно-ориентированная задача № 6.

Крупное рекламное агентство «Креатив дизайн» оборудовано по последнему слову техники. Большое внимание уделяется эргономике, освещению, вентиляции, шумоизоляция, удобство мебели – всё сделано по наивысшим стандартам качества.

Проходная полностью автоматизирована, вход/выход осуществляется по ключ-картам с одновременной фиксацией времени. Все помещения оснащены системами аудио- и видео-наблюдения. В коридорах стоят датчики движения, включая-выключая освещение (компания ответственно подходит к вопросам энергосбережения). Рабочий день начинается в 9-00 и заканчивается 18-00. Помимо 40 минутного обеденного перерыва предусмотрены перерывы на отдых и личные надобности общей продолжительностью в 20 минут.

Время отдыха автоматически фиксируется рабочей техникой. Во время нахождения в помещениях «Креатив дизайн» сотрудникам запрещено пользоваться личными гаджетами. Для работы компания предоставляет корпоративные смартфоны, планшеты, ноутбуки и

прочую технику. Утро начинается с брифинга (15 минут).

Потом начальники отделов раздают ежедневные задания каждому сотруднику. В конце дня происходит мониторинг результатов (15 минут). Автоматически генерируется общий отчёт. Ежедневные отчёты формируют месячный отчёт, по итогам которого делаются выводы, составляются (корректируются) планы, выплачиваются премии, назначаются штрафы (депремирование).

Задание:

1. Найти резервы рабочего времени.
2. Предложить наиболее просто реализуемые пути повышения мотивации сотрудников.
3. Предложить пути повышения продуктивности сотрудников.

Компетентностно-ориентированная задача № 7.

Вы с командой разработали инновационную идею и теперь ищите средства для реализации стартапа. Вы определили круг потенциальных инвесторов, узнали о них общедоступную информацию: ФИО, сферу интересов. Совершенно случайно в ресторане вы встретили одного из интересующих вас инвесторов. На текущий момент у вас ещё нет красивой презентации, чтобы заинтересовать инвестора у вас есть 3-5 минут, в противном случае, охрана выведет вас из зала. В итоге, под рукой у вас есть только салфетка и крайне малый отрезок времени.

Задание:

В общих чертах сформулируйте инновационную бизнес-идею. Обязательное условие – идея должна быть оригинальной и достижимой.

Компетентностно-ориентированная задача № 8

Вы руководите средних размеров туристической компанией, расположенной в Санкт-Петербурге. До пандемии COVID-19 вы в основном делали ставку на иностранных туристов и были на хорошем счету, пользовались определённой лояльностью зарубежных агентов. Репутация – одно из ваших конкурентных преимуществ. В 2020 году компания чудом выжила. Более того – сумела сохранить 60% трудового коллектива, также удалось быстро переориентироваться на внутренние туристические потоки, вписались в федеральную программу «Туристический кэшбек». Тем не менее, компания балансирует на грани рентабельности, необходимо принять решение о ближайшем будущем. Так как малейшие колебания, сбой в ритме работы может разорить вас. Сейчас вы располагаете следующими ресурсами:

1. Опытный слаженный коллектив (точнее 60% от изначального).
2. Удобно расположенный офис в долгосрочной аренде.
3. Качественный сайт.
4. Постоянные партнёры (в транспортных компаниях, гостиницах, музеях, ресторанах и т. д.).
5. Хорошая кредитная история.

Задание:

Разработать стратегию развития компании с учётом соотношения рискдоходность. Обязательно отметить, что следует предпринять по каждому из указанных пяти видов ресурсов.

Компетентностно-ориентированная задача № 9

Вы директор крупного успешного производственного предприятия. Основные цеха находятся в отдельном комплексе зданий на городской окраине, а офис – в центре. Производственные и бизнес-процессы у вас хорошо отлажены и это ваша заслуга, все сотрудники в курсе ваших организаторских способностей. Однажды вы вышли из своего кабинета и отправились в другое крыло, чтобы лично проконтролировать приёмку новой компьютерной техники, которую недавно заказали по вашему личному распоряжению. И вот в коридоре видите трёх служащих: двое из отдела маркетинга, а один из службы МТС (материально-технического снабжения). Они что-то бурно обсуждали. Удивлённо подняв

бровь, вы прошли мимо. На обратном пути (через полчаса), троица по-прежнему болтала. При этом они точно вас заметили.

Задание:

1. Снова пройти мимо, как ни в чём не бывало.
2. Подозвать одного сотрудника и через него передать остальным указание разойтись по рабочим местам.
3. Подойти и популярно объяснить, что пора расходиться.
4. Пройти мимо, но потом вызвать начальников отделов, чтобы те навели порядок на местах. Выбор обосновать, если не устраивает ни один из вариантов, то можно предложить свой.

Компетентностно-ориентированная задача № 10.

Вы начальник цеха крупного завода, к вам приходит рабочий и просит отпуск на четыре дня в связи со своим бракосочетанием. - Почему именно на четыре дня? – спрашиваете вы. - Ну, в прошлом квартале вы нашему мастеру дали четыре, - не моргнув глазом ответил рабочий. Вы вошли в положение рабочего, однако, внеочередной отпуск предоставили на три дня. Рабочий несколько расстроился, но ничего не сказал. В итоге рабочий самовольно прибавил себе ещё день, никого не поставив в известность.

Задание:

Какое решение должен принять начальник:

1. Сделать рабочему замечание и простить.
2. Не обращать внимания.
3. Объявить выговор в приказе.
4. Поставить вопрос об увольнении.

Выбор необходимо обосновать, в том числе с точки зрения перспективы. Также объяснить, в чём ошибка рабочего.

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по пятибалльной шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и 5-балльной шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по 5-балльной шкале</i>
100-85	отлично
84-70	хорошо
69-50	удовлетворительно
49 и менее	неудовлетворительно

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи :

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения)

необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.