

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Экономический факультет
Кафедра управления персоналом и экономики труда

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П. А. Машаров
«17» апреля 2025 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И PR

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.03 Управление персоналом
Направленность (профиль) образовательной программы	Управление персоналом
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа дисциплины **«Корпоративная культура и PR»** для обучающихся по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом (Профиль: Управление персоналом), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 958 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры от 06.04.2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

профессор кафедры управления персоналом
и экономики труда,
д-р экон. наук, профессор

Л.Л. Бунтовская

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
управления персоналом и экономики труда
Протокол от 01.04.2025 г. № 8а.

Заведующий кафедрой

О.Ю. Сердюк

СОГЛАСОВАНО:

Декан экономического факультета
16.04.2025 г.

Ю. Н. Полшков

Учебно-методическая комиссия экономического факультета.
Протокол от 16.04.2025 г. № 8.
Председатель

Е. Н. Стрелина

Руководитель основной образовательной
программы, канд. экон. наук, доцент
01.04.2025 г.

О.Ю. Сердюк

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1 Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы магистратуры: «Технологии управления конфликтами и стрессами», «Теория и практика кадровой политики государства и организации», «Стратегическое управление человеческими ресурсами», «Социальная политика».

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: производственная практика: профессиональная, преддипломная, защита выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	38.04.03 Управление персоналом (Профиль: Управление персоналом)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.4 «Корпоративная культура и пиар»
Часть образовательной программы	Безальтернативные дисциплины
Количество зачетных единиц / всего часов	3 / 108

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	17	-	17	74	108	зачет
Очно-заочная	3	1	2	-	4	102	108	зачет

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у будущего специалиста в сфере управления персоналом знаний, умений и навыков, позволяющих использовать принципы и методы создания и управления корпоративной культурой организации с применением инструментов пиара на всех уровнях экономики, в т. ч. в компаниях и на предприятиях.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

4.1. Компетенции

ПК-2 Способен разрабатывать модели стратегического управления персоналом и кадровой политики, корпоративную культуру, социальную политику и обеспечивать их реализацию.

4.2. Индикаторы компетенций

ПК-2 Способен разрабатывать модели стратегического управления персоналом и кадровой политики, корпоративную культуру, социальную политику и обеспечивать их реализацию	ПК-2. И-1 Демонстрирует способность управлять персоналом и корпоративной культурой организации	ПК-2.1.1. Знает теоретические основы формирования и совершенствования корпоративной культуры, виды и методы PR.
		ПК-2.1.2. Умеет организовать и проводить мероприятия по связи с общественностью, формированию и совершенствованию корпоративной культуры.
		ПК-2.1.3. Владеет навыками выстраивания внутренних коммуникационных систем, формирования и совершенствования корпоративной культуры.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Тема	Вопросы темы
Раздел 1. Теоретические основы корпоративной культуры и пиара	
Тема 1. Сущность и типы корпоративной культуры	1. Сущность и роль корпоративной культуры. 2. Компоненты корпоративной культуры. 3. Типология корпоративной культуры.
Тема 2. Основные функции корпоративной культуры, их характеристика	1. Проблемы общественных отношений с персоналом и партнерами в условиях рыночных отношений. 2. Общая характеристика функций корпоративной культуры. 3. Формирование имиджа организации как функция корпоративной культуры.
Тема 3. Структурные элементы корпоративной культуры	1. Философия организации. 2. Процедуры и поведенческие ритуалы. 3. Система ценностей, норм и правил поведения в организации.
Тема 4. Диагностика и оценка корпоративной культуры	1. Общая характеристика методов диагностики и оценки корпоративной культуры. 2. Диагностика корпоративной культуры по методике OCAI (К.С. Камерон, Р.Э. Куинн); 3. Определение типа культуры по Хэнди, Сенге, Сонненфельду.
Раздел 2. Практические аспекты управления корпоративной культурой	
Тема 5. Система ценностей, стандарты поведения как PR-система организации	1. Сущность кадровой политики предприятия, место специалистов по пиару в ее реализации. 2. Роль внутреннего пиара в формировании системы ценностей и стандартов поведения в организации. 3. Сущность, особенности, методы работы внутреннего пиар-специалиста

Тема 6. Управление корпоративной культурой	1. Сущность управления корпоративной культурой. 2. Управление внутриорганизационными коммуникациями. 3. Блоггинг как средство внутрикорпоративного пиара. Использование социальных медиа для влияния на персонал. 4. Использование тренингов для формирования и укрепления корпоративной культуры.
Тема 7. Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры компании	1. Сущность корпоративной этики. 2. Экономическая и деловая этика. 3. Деловой этикет.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
РАЗДЕЛ 1 Теоретические основы корпоративной культуры и пиара					
Тема 1. Сущность и типы корпоративной культуры	2	0	2	10	14
Тема 2 Основные функции корпоративной культуры, их характеристика	2	0	2	10	14
Тема 3. Структурные элементы корпоративной культуры	2	0	2	10	14
Тема 4. Диагностика и оценка корпоративной культуры	2	0	2	10	14
Итого по разделу 1	8	0	8	40	56
РАЗДЕЛ 2 Практические аспекты управления корпоративной культурой					
Тема 5. Система ценностей, стандарты поведения как PR-система организации	3	0	3	10	16
Тема 6. Управление корпоративной культурой	4	0	4	14	22
Тема 7. Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры компании	2	0	2	10	14
Итого по разделу 2	9	0	9	34	52
Всего по компоненту ОПОП	17	0	17	74	108

6.2. Форма обучения – очно-заочная, курс – 3, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1 Теоретические основы корпоративной культуры и пиара					
Тема 1. Сущность и типы корпоративной культуры	0,5	0	0,5	10	11
Тема 2 Основные функции корпоративной культуры, их характеристика	0	0	0,5	10	10,5
Тема 3. Структурные элементы корпоративной культуры	0,5	0	0,5	10	11
Тема 4. Диагностика и оценка корпоративной культуры	0	0	0,5	20	20,5
Итого по разделу 1	1	0	2	50	53
Раздел 2 Практические аспекты управления корпоративной культурой					
Тема 5. Система ценностей, стандарты поведения как PR-система организации	0	0	0,5	16	16,5
Тема 6. Управление корпоративной культурой	0,5	0	0,5	20	21

Тема 7. Корпоративная этика как элемент корпоративной культуры компании	0,5	0	1	16	17,5
Итого по разделу 2	1	0	2	52	55
Всего по компоненту ОПОП	2	0	4	102	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1. Теоретические основы корпоративной культуры и пиара

1. Сущность и роль корпоративной культуры.
2. Компоненты корпоративной культуры.
3. Типология корпоративной культуры.
4. Пиар в кадровом менеджменте как научная дисциплина.
5. Понятие пиара в контексте управления персоналом.
6. Проблемы общественных отношений с персоналом и партнерами в условиях рыночных отношений.
7. Сущность и типы корпоративной культуры
8. Становление публичных отношений (ПР) как области знаний и сферы деятельности.
9. Функции специалиста по внутрикорпоративным связям.
10. Общая характеристика функций корпоративной культуры.
11. Кадровая политика и внутренняя общественность.
12. Публичных отношений как функция управления и активная составляющая бизнеса.
13. Основные направления деятельности публичных отношений.
14. Внутренняя и внешняя общественность.
15. Управленческая компетентность специалистов по пиару.
16. Роль пиара в системе кадровой политики предприятия.
17. Проблемы общественных отношений с персоналом и партнерами в условиях рыночных отношений.
18. Формирование имиджа организации как функция корпоративной культуры.
19. Сущность кадровой политики предприятия, место специалистов по пиару в ее реализации.
20. Пиар при рекрутинге персонала.
21. Сущность особенности, методы, функции, внутреннего пиар-специалиста, создание программы внутреннего пиара.
22. Философия организации.
23. Процедуры и поведенческие ритуалы.
24. Систем ценностей, норм и правил поведения в организации.
25. Роль внутреннего пиара.
26. Основные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.
27. Сущность, особенности, методы, функции, внутреннего пиар-специалиста, создание программы внутренних общественных отношений.
28. Личные и профессиональные качества PR-мена.
29. Место внутреннего пиара в системе корпоративной деятельности компании.
30. Использование принципов доктрины «человеческих отношений» в практике управления.
31. Мероприятия внутреннего пиара: имиджевые, учебные, коммуникативные и объединяющие.
32. Репутация компании как экономический фактор.
33. Создание имиджа как одно из основных задач пиара.
34. Миссия компании как фактор укрепления лояльности персонала.
35. Технологии пиара при формировании и корректировании деловой репутации.

Репутация фирмы и укрепления лояльности сотрудников.

36. Создание формальных и неформальных внутриорганизационных коммуникаций.

37. Пиар как стратегическая функция; степени централизации этой функции.

38. Основные инструменты внутрикорпоративных коммуникаций.

Раздел 2. Практические аспекты управления корпоративной культурой

39. Сущность кадровой политики предприятия, место специалистов по пиару в ее реализации.

40. Роль внутреннего пиара в формировании системы ценностей и стандартов поведения в организации.

41. Сущность, особенности, методы работы внутреннего пиар-специалиста

42. Стратегии персонифицированного PR.

43. Централизованная и децентрализованная система пиара.

44. Психологические приемы, которые используются в пиаре («белый», «серый», «черный» пиар).

45. Общие методы противодействия «черному» пиару в информационной сфере.

46. Пиар и мотивация к инновационным изменениям.

47. Связь инновационной экономики и пиара.

48. Специфика пиара в новейших отраслях промышленности.

49. Роль пиара во время внедрения инноваций на предприятии.

50. Теоретические основы взаимодействия пиар-отдела и СМИ. Корпоративные и внешние СМИ.

51. Принципы корпоративных СМИ.

52. Правила работы с персоналом с использованием средств массовой коммуникации.

53. Рекрутинг персонала через СМИ.

54. Использование возможностей социальных сетей в работе пиар-отдела.

55. Методы диагностики корпоративной культуры.

56. Блоггинг как новый инструмент коммуникаций с персоналом.

57. Внутренний и внешний корпоративный блог.

58. Социальные сети как источник профессиональной информации.

59. Связь корпоративной культуры и паблик-рилейшнз.

60. Компоненты корпоративной культуры.

61. Наиболее распространенные типы современной корпоративной культуры.

62. Роль внутрикорпоративного пиара во внедрении корпоративной культуры.

64. Особенности коммуникации в кризисных ситуациях.

65. Сущность корпоративной этики.

66. Экономическая и деловая этика.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Вербальные и невербальные виды деловой коммуникации.

2. Принципы и методы формирования организационной культуры.

3. Понятие, структура и содержание организационной культуры.

4. Организация как социокультурный феномен.

5. Индивидуальные и корпоративные ценности в организационной культуре.

6. Корпоративная культура: история и современность.

7. Структура корпоративной культуры.

8. Проблема гендерных отношений и анализа организационной культуры.

9. Контркультура и девиантность в организациях.
10. Понятие и этапы организационной социализации.
12. Особенности формирования корпоративной культуры.
13. Культура делового общения: общая характеристика и специфические черты.
14. Информационное обеспечение социально-культурного управления.
15. Национальная специфика корпоративных культур.
16. Семиотика корпоративной культуры: символы, мифы, ритуалы.
17. Диагностика состояния и изменений корпоративной культуры.30.
18. Роль персонала и лидера в формировании корпоративной культуры.
19. Создание и поддержание корпоративных мифов в коммуникациях предприятия средствами PR.
20. Специфика PR-деятельности предприятия в Интернете.
21. Принципы взаимоотношений PR-специалистов с журналистами при проведении PR-мероприятий.
22. Язык и стиль публичного выступления топ-менеджера.
23. Особенности работы по связям с общественностью.
24. Применение креативных технологий в PR.
25. Общественное мнение как главный объект PR-деятельности.
26. Методы оценки PR-деятельности и основные параметры оценки эффективности PR-акции.
27. Особенности построения репутации предприятия.
28. Задачи PR-службы организации в антикризисном управлении.

7.3. Темы письменных работ

Модульная контрольная работа проводится в виде тестирования. Тестирование включает 20 тестовых заданий по темам 1-6.

Время выполнения – 30 минут.

Пример тестового задания приведен ниже.

Модульная контрольная работа Вариант № n

Теоретическое задание

1. Внутрикорпоративный пиар: сущность, функции.
2. Сущность и роль корпоративной культуры.

Тестовое задание

1. Положения, характеризующие позитивные ценности организационно-корпоративной культуры:
 - а) не конкуренция, а сотрудничество в работе на общую цель;
 - б) не высывайся;
 - в) покупатели (клиенты) - случайные люди, они доставляют только неудобства и мешают нашей работе.
2. Сущность корпоративной культуры заключается:
 - а) в установлении общеорганизационных целей;
 - б) в миссии корпорации;
 - в) в ценностях компании, разделяемых большинством ее персонала и проявляющихся в его поведении.
3. Кадровая политика в практике формирования корпоративной культуры может быть отражена в:

- а) инструкциях по делопроизводству;
 - б) подборе персонала, разделяющих ценности корпорации;
 - в) развитии персонала.
4. Термин «пиар» возник:
- а) в 18 веке;
 - б) в 19 веке;
 - в) в 20 веке.
5. «Декларация о принципах ПР» впервые была опубликована:
- а) Айви Ли;
 - б) Рене Декартом;
 - в) Л. Козером.
6. Цель ПР в эру убеждения (середина XX века):
- а) пропаганда;
 - б) влияние на общественное мнение и поведение;
 - в) распространение информации и правдивость.
7. Кризисный пиар используется:
- а) для подбора сотрудников;
 - б) когда нужно ликвидировать негативные последствия переломного периода;
 - в) при выводе на рынок новых видов товаров.
8. «Розовый» пиар основывается на:
- а) привлечении внимания;
 - б) технологии мифов и легенд;
 - в) использовании оскорбительных для населения данного государства элементов.
9. «Вирусный» пиар предполагает:
- а) автономное распространение информации;
 - б) работу в сфере столкновения интересов сторон;
 - в) использование рекламы, скрывающей свой источник.
10. ПР-служба предприятия НЕ занимается:
- а) разработкой программ по формированию общественного мнения;
 - б) налаживанием корпоративных связей с общественностью;
 - в) разрешением конфликтных ситуаций в организации.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Номер задания	Количество баллов
Теоретическое задание 1	5
Теоретическое задание 2	5
Тестовые задания 1-10	10 (1 балл за каждый тест)
Всего	20

7.4. Образец содержания экзаменационного билета – экзамен не предусмотрен.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная

работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Разделы	Вид работы	Баллы
Раздел 1	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	35
	Модульная контрольная работа	20
	Итого	60
Раздел 2	Организационно-учебная работа студента в	5
	Самостоятельная работа	35
	Итого	40
Всего		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 7-м (ул. Челюскинцев, 186) и 5-м учебных корпусах (ул. Челюскинцев, 189 в) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 7-го (ауд.108) и 5-го учебных корпусов (ауд. 207), материально-техническую базу учебной лаборатории «Организация экономических процессов» кафедры экономики предприятия и межкафедральной учебной лаборатории заочной формы обучения.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Облако сервиса mail.ru Бунтовской Л.Л. Вкладка «Корпоративная культура и пиар» – URL: <https://cloud.mail.ru/public/QtyZ/Ukv9AhnKL>

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Корпоративная культура и пиар: учебное пособие для магистратуры / сост.: Л. Л. Бунтовская – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2019. – 198 с.
2. Корпоративная культура и пиар: учебно-методическое пособие для магистратуры / сост.: Л. Л. Бунтовская. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонНУ», 2019. – 108 с.
3. Набоков, В. И. Организационная культура: учебник / В. И. Набоков. – Москва: Изд-во «Дашков и К^о», 2022. – 202 с.
4. Беликова, И. П. Организационная культура: учебник / И. П. Беликова, В. А. Иванова. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2021. – 255 с.

10.2. Дополнительная литература

1. Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н. Б. Руженцева. - 3-е изд. - Москва: Флинта: Наука, 2017. – 179 с.
2. Колосов, В. А. Организационная культура: учебное пособие для вузов / В. А. Колосов. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации, 2023. – 343 с.
3. Семенов, Ю. Г. Организационная культура: учебное пособие / Ю. Г. Семенов. – Москва: Логос, 2020. – 256 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=367487>
4. Морозова, Е. А. Организационная культура: учебное пособие / Е. А. Морозова. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2019. – 145 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/125467>
5. Милованова, Ю. В. Организационная культура и ценности: пример организационной культуры ООО «Кумус» / Ю. В. Милованова, Т. В. Петренко // Проблемы развития предприятий: теория и практика. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции под науч. редакцией В. И. Будиновой. – Пенза, 2022. – С. 110-113. – URL: https://elibrary.ru/query_results.asp
6. Кузнецова, Н. В. Ценности организационной культуры или культура организационных ценностей? / Н. В. Кузнецова // Мировоззренческие основания культуры современной России. Сборник научных трудов XIII Международной научной конференции под общ. редакцией В. А. Жилиной. – Магнитогорск, 2022. – С. 81-86. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49413277>
7. Гусева, А. В. Механизм адаптации организационной культуры компаний с участием иностранного капитала к российской деловой культуре / А. В. Гусева // Наука и бизнес: пути развития, 2019. – № 3(93). – С. 69-72. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38165775>

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000-. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. ЭБС Юрайт: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. Электронно-библиотечная система ДонГУ: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. Электронный каталог Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. Электронный архив ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

9. Российский фонд фундаментальных исследований. – URL: <http://www.rfbr.ru/rffi/ru/>

10. Эксперт. Разделы «Экономика» и «Технологии» – URL: <http://expert.ru/>.

11. Инновации, управление изменениями в организациях, управление знаниями. – URL: <http://www.bizbooks.com.ua/catalog/cat.php3?c=193&lang=1>

12. Управление корпоративной культурой: научный журнал. – URL: <https://grebennikon.ru/journal-27.html#volume2023-2>

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).