

**Ульяновский**  
государственный  
технический  
**университет**

# **Корпоративная культура и массовые коммуникации**

**Библиографический указатель**



**Ульяновск 2007**

**Корпоративная культура и массовые коммуникации** : библиографический указатель / сост. **О. В. Горшенина** ; под ред. **В. Н. Шаповалова**. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 47 с.

Библиографический указатель предназначен для студентов специальности "Связи с общественностью", "Управление персоналом", "Менеджмент организации".

В указатель включена литература, изданная в **2000-2007** годах, а также выборочно издания более раннего периода, представляющие интерес.

Материал в указателе сгруппирован по разделам: **Книги; Статьи.**

Внутри каждого раздела книги и статьи распределены в алфавите авторов и заглавий. Для каждой книги указан шифр, место хранения и количество экземпляров. Статьи, в которых нет отметки **НБ УлГТУ**, можно заказать по МБА (3 корп., ауд. 101).

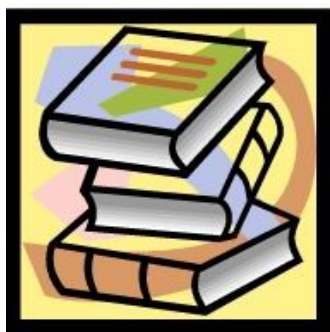
В конце приводятся "**Именной указатель**" и "**Список журналов, статьи из которых включены в указатель**".

Составитель: **О. В. Горшенина**

Научный редактор: канд. экон. наук, доцент **В. Н. Шаповалов**

Ответственный за выпуск: **Т. М. Смирнова**

© Ульяновский государственный технический университет, 2007



## Книги

1. **HR-практика. Управление персоналом. Как это есть на самом деле** / О. Свергун [и др.]. – СПб. [и др.] : Питер, 2005. – 319 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
2. **Адаир Д. Психология лидерства** : пер. с англ. / Д. Адаир. – М. : ЭКСМО, 2005. – 348 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
3. **Акценты. Новое в массовой коммуникации** : альманах. Вып. 7-8 (34-35) / Воронеж. гос. ун-т. Фак. журналистики; ред. кол.: В. В. Тулупов [и др.]. – Воронеж : ВГУ, 2002. – 102 с.  
ч/з - 1;
4. **Алехина И. Имидж и этикет в бизнесе** / И. Алехина. – 2-е изд., испр. – М. : Дело, 2005. – 112 с.  
а - 1; ч/з - 2; ч/зо - 1;
5. **Алехина И. Имидж и этикет делового человека** / И. Алехина. – 2-е изд. – М. : Дело, 2001. – 112 с.  
ч/зо - 1;
6. **Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров = Public Relations for managers** : курс лекций / И. В. Алешина. – М. : ЭКМОС, 2006. – 479 с.  
а - 3; ч/з - 1; ч/зо - 1;
7. **Алленбо Э. 5 стратегий великих компаний** : пер. с англ. / Э. Алленбо. – М. : РОСМЭН-БИЗНЕС, 2005. – 255 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
8. **Аминов И. И. Психология делового общения** / И. И. Аминов. – М. : Омега-Л, 2006. – 304 с.  
а - 2; ч/з - 1; ч/зо - 1;
9. **Андронов В. В. Корпоративный менеджмент в современных экономических отношениях** / В. В. Андронов; Рос. акад. предпринимательства. – М. : Экономика, 2003. – 479 с.  
ч/зо - 1;
10. **Антипов К. В. Паблик рилейшнз** : учеб. пособие / К. В. Антипов, Ю. К. Баженов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2002. – 148 с.  
ч/зо - 1;
11. **Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение** : учеб. пособие / О. А. Баева. – 4-е изд., испр. – М. : Новое знание, 2003. – 367 с.  
ч/зо - 1;

12. **Белов А. А.** Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие / А. А. Белов. – СПб. : Северо-Запад, 2005. – 207 с.  
а - 6; ч/з - 1; ч/зо - 1;
13. **Бендер П.** Лидерство изнутри : практ. рук. : пер. с англ. / П. Бендер. – Минск : Попурри, 2005. – 304 с.  
а - 1;
14. **Бороздина Г. В.** Психология делового общения : учебник для вузов / Г. В. Бороздина. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 294 с.  
ч/зо - 1;
15. **Боссиди Л.** Искусство результативного управления : пер. с англ. / Л. Боссиди, Р. Чаран. – М. : Добрая книга, 2005. – 288 с.  
а - 2;
16. **Галкина Т. П.** Социология управления: от группы к команде : учеб. пособие по спец. "Менеджмент" / Т. П. Галкина. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 223 с.  
а - 1;
17. **Галныкина Г. Д.** Психология деловых отношений : учеб.-метод. комплекс / Г. Д. Галныкина, Ю. Н. Лачугина ; Ульянов. гос. техн. ун-т, Ин-т дистанц. образования. – Ульяновск : УлГТУ, 2003. – 121 с.  
б/о - 1; хр - 1;
18. **Головко Б. Н.** Деловые издания: информационный менеджмент массовой коммуникации / Б. Н. Головко. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 126 с.  
а - 3; ч/з - 1; ч/зо - 1;
19. **Готлиб А. С.** Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : учеб. пособие для вузов / А. С. Готлиб ; Рос. акад. образования, Моск. психолого-соц. ин-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Флинта : МПСИ, 2005. – 382 с.  
а - 1; ч/з - 1; ч/зо - 1;
20. **Гоулман Д.** Эмоциональное лидерство. Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта : пер. с англ. / Д. Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 301 с.  
а - 1; ч/з - 1;
21. **Грин Р.** Искусство обольщения для достижения власти : пер. с англ. / Р. Грин. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2005. – 607 с.  
ч/з - 1;
22. **Гританс Я. М.** Корпоративные отношения. Правовое регулирование организационных форм / Я. М. Гританс. – М. : Волтерс Клувер, 2005. – 150 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
23. **Гэндосси Р.** Как вырастить руководителей : три истины от топ-компаний для лидеров : пер. с англ. / Р. Гэндосси, М. Эффрон. – Новосибирск : Сибирское унив. изд-во, 2005. – 207 с.  
а - 1;

24. **Даулинг Г.** Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности : пер. с англ. / Г. Даулинг. - М. : ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2003. – 367 с.  
а - 3; ч/з - 1;
25. **Девятко И. Ф.** Методы социологического исследования : учеб. пособие / И. Ф. Девятко. – 2-е изд., испр. – М. : Университет, 2002. – 295 с.  
а - 1;
26. Деловое общение. Деловой этикет : учеб. пособие для вузов / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 431 с.  
ч/зо - 1;
27. Деловое общение. Деловой этикет : учеб. пособие для вузов / авт.-сост. И. Н. Кузнецов. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 431 с.  
а - 1; ч/з - 1;
28. Деловой этикет и ведение переговоров : правила хорошего тона с комментариями психолога / авт. : Ханников А. В. – М. : ЭКСМО : Книжкин Дом, 2005. – 383 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
29. **Добреньков В. И.** Методы социологического исследования : учебник для вузов / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М. : Инфра-М, 2004. – 767 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
30. **Добреньков В. И.** Социология : учебник для вузов / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 624 с.  
а - 4; ч/з - 1;
31. **Ежова Н. Н.** Научись общаться! Коммуникативные тренинги / Н. Н. Ежова. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 250 с.  
А - 1; ч/з - 1;
32. **Зарецкая Е. Н.** Деловое общение : учебник : в 2 т. / Е. Н. Зарецкая. – М. : Дело, 2002. – Т. 1. – 696 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
33. **Зверинцев А. Б.** Коммуникационный менеджмент : Рабочая книга менеджера PR / А. Б. Зверинцев. – 2-е изд., испр. – СПб. : Союз, 1997. – 287 с.  
а - 2; ч/з - 1; ч/зо - 1;
34. **Змановская Е. В.** Руководство по управлению личным имиджем / Е. В. Змановская. – СПб. : Речь, 2005. – 143 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
35. Имидж руководителя : метод. указ. для студ. / Федер. агентство по образованию, Ульяновский гос. техн. ун-т ; сост. Ю. Н. Лачугина. – Ульяновск : УлГТУ, 2004. – 35 с.  
а - 12; уч/б - 18; ч/з - 5; ч/зо - 5;
36. **Казанцев В. И.** Методология и методика социологических исследований : учеб.-метод. пособие / В. И. Казанцев, М. Г. Светульников ; Ульян. гос. ун-т, Фак. гуманитарных наук и социальных технолог., Каф. социологии. – Ульяновск : Средневож. науч. центр, 2003. – 159 с.  
а - 2; ч/зо - 1;

37. **Калигин Н. А.** Принципы организационного управления / Н. А. Калигин. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 267 с.  
а - 3; ч/зо - 1;
38. **Камионский С. А.** Управление подчиненными. Эффективные технологии руководителя / С. А. Камионский ; Рос. ассоц. Римского клуба. – М. : URSS, 2005. – 192 с.  
а - 1;
39. **Каммероу Д. М.** Ваш психологический тип и стиль работы / Д. М. Каммероу, Н. Д. Баргер, Л. К. Кирби. – М. : Изд-во Ин-та Психотерапии, 2001. – 224 с.  
ч/зо - 1;
40. **Капитонов Э. А.** Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Альфа-Пресс, 2005. – 351 с.  
а - 3; ч/з - 1; ч/зо - 1;
41. **Карташова Л. В.** Организационное поведение : учеб. пособие / Л. В. Карташова ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". – М. : Инфра-М, 2005. – 156 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
42. **Карташова Л. В.** Организационное поведение : учебник : для студентов вузов, обучающихся по экон. спец. и направлениям / Л. В. Карташова, Т. В. Никонова, Т. О. Соломанидина. – М. : Инфра-М, 2006. – 219 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
43. **Кирхлер Э.** Психологические теории организации : пер. с нем. / Э. Кирхлер, К. Майер-Пести, Е. Хофманн. – Харьков : Гуманитарный Центр, 2005. – 308 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
44. **Кларин М. В.** Корпоративный тренинг от А до Я : науч.-практ. пособие / М. В. Кларин. – М. : Дело, 2000. – 224 с.  
ч/зо - 1;
45. **Кнорринг В. И.** Теория, практика и искусство управления : учебник для вузов / В. И. Кнорринг. – 3-е изд., изм. и доп. – М. : НОРМА, 2004. – 527 с.  
а - 4; ч/з - 1; ч/зо - 1;
46. **Ковальчук А. С.** Основы имиджологии и делового общения : учеб. пособие для вузов / А. С. Ковальчук. – Ростов н/Д : Феникс, 2003. – 219 с.  
а - 1;
47. **Козлова М. М.** Теория и практика массовой информации : учеб. пособие / М. М. Козлова ; Ульян. гос. техн. ун-т. – Ульяновск : УлГТУ, 2002. – 123 с.  
а - 3; б/о - 1; уч/б - 53; ч/зо - 1;
48. **Колтунова М. В.** Деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет : учеб. пособие для вузов / М. В. Колтунова. – 2-е изд., доп. – М. : Логос, 2005. – 312 с.  
а - 4; ч/з - 2; ч/зо - 1;

49. **Кондратьев Э. В.** Связи с общественностью : учеб. пособие для высш. шк. / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. – 3-е изд. – М. : Акад. проект, 2005. – 431 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
50. **Коханов Е. Ф.** Теоретические и методологические основы PR-деятельности : социологический аспект : монография / Е. Ф. Коханов. – М. : РИП-Холдинг, 2004. – 201 с.  
а - 2; ч/з - 1; ч/зо - 1;
51. **Коханова Л. А.** Медиарилейшнз. Что это такое / Л. А. Коханова. – М. : РИП-холдинг, 2006. – 325 с.  
ч/зо - 1;
52. **Кравченко А. И.** Социология : учебник / А. И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М. : Проспект, 2001. – 536 с.  
ч/з - 1;
53. **Кравченко А. И.** Социология управления : фундаментальный курс : учеб. пособие для вузов / А. И. Кравченко, И. О. Тюрина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Акад. проект, 2005. – 1135 с.  
а - 4; ч/з - 1; ч/зо - 1;
54. **Кравченко К. А.** Организационное строительство и управление персоналом крупной компании / К. А. Кравченко. – М. : Акад. проект, 2005. – 637 с.  
а - 3; ч/зо - 1;
55. **Кузин Ф. А.** Культура делового общения : практ. пособие / Ф. А. Кузин. – М. : Ось-89, 2005. – 319 с.  
а - 3;
56. **Кузин Ф. А.** Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика : практ. пособие / Ф. А. Кузин. – М. : Ось-89, 2002. – 511 с.  
а - 1;
57. **Кузнецов В. Ф.** Связи с общественностью: Теория и технологии : учебник для вузов / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманит. образования (ИГУМО). – М. : Аспект Пресс, 2005. – 300 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
58. **Кузнецов М. А.** Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему : учеб.-практ. пособие / М. А. Кузнецов, И. В. Цыкунов. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 148 с.  
а - 1;
59. **Куртиков Н. А.** Психология и социология управления : учеб. пособие для вузов / Н. А. Куртиков ; М-во образования Рос. Федерации, Гос. ун-т упр., Ин-т социологии и упр. персоналом. – М. : Книжный мир, 2005. – 268 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
60. **Лидер и команда : практическое руководство лидера эффективной команды : пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 293 с.**  
а - 2;

61. **Литвак Б. Г.** Бизнес-лидеры. Технология успеха / Б. Г. Литвак ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. – М. : Дело, 2005. – 415 с.  
а - 2;
62. **Лукашук И. И.** Средства массовой информации, государство, право / И. И. Лукашук. – М. : Стольный град, 2001. – 322 с.  
ч/з - 1;
63. **Макеева В. Г.** Культура предпринимательства : учеб. пособие для вузов / В. Г. Макеева. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 217 с.  
ч/зо - 1;
64. **Максвелл Д.** 21 неопровержимый закон лидерства : пер. с англ. / Д. Максвелл. – Минск : Попурри, 2005. – 446 с.  
ч/зо - 1;
65. **Максвелл Д.** Воспитай в себе лидера : пер. с англ. / Д. Максвелл. – Минск : Попурри, 2005. – 399 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
66. **Мальханова И. А.** Деловое общение : учеб. пособие для вузов / И. А. Мальханова. – М. : Акад. проект, 2003. – 223 с.  
а - 1;
67. **Мальханова И. А.** Деловое общение : учеб. пособие для вузов / И. А. Мальханова. – М. : Акад. проект, 2005. – 221 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
68. **Марков С.** PR в России больше, чем PR. Технологии. Версии. Слухи / С. Марков. – Ростов н/Д ; СПб. : Феникс : Северо-Запад, 2005. – 431 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
69. **Медиа.** Введение : пер. с англ. / под ред. А. Бриггза и П. Кобли. – 2-е изд. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 534 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
70. **Мехлер Г. А.** Власть и магия PR : пер. с нем. / Г. Мехлер. – СПб. [и др.] : Питер, 2004. – 172 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
71. **Милкович Д. Т.** Система вознаграждений и методы стимулирования персонала : пер. с англ. / Д. Т. Милкович, Д. М. Ньюман. – М. : Вершина, 2005. – 759 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
72. **Михайлов В. А.** Социология общественного мнения : учеб. пособие / В. А. Михайлов ; Федер. агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Тверской гос. ун-т. – Тверь : ТГУ, 2005. – 383 с.  
а - 5; ч/зо - 1;
73. **Молодежь.** Образование. Экономика : сб. ст. участников 4 всерос. студ. науч.-практ. конф., 24 апр. 2003 г. : в 2 ч. / Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики (МЭСИ), Ярослав. фил. МЭСИ, Междунар. ин-т бизнеса и нов. технологий (МУБИНТ). – Ярославль : Ремдер, 2003. – 900 с.  
б/о - 1;



74. **Морено Я. Л.** Социометрия: экспериментальный метод и наука об обществе : пер. с англ. / Я. Л. Морено. – М. : Акад. проект, 2004. – 315 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
75. **Морозов А. В.** Деловая психология : учебник для студентов высш. и сред. учеб. заведений / А. В. Морозов. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Акад. проект, 2005.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
76. **Мюллер А. П.** Организационная коммуникация. Структуры и практики : пер. с англ. / А. П. Мюллер, А. Кизер. – Харьков : Гуманитарный Центр, 2005. – 436 с.  
а - 1; ч/з - 1; ч/зо - 1;
77. Настольная книга HR-менеджера : практ. справочник / авт. идеи Е. Верховская ; авт. Е. Верховская, А. Кошелева. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 271 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
78. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. И. Игнатъев [и др.]. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 230 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
79. **Новикова С. С.** Социологические и психологические методы исследований в социальной работе : учеб. пособие для высш. шк. / С. С. Новикова, А. В. Соловьев ; Рос. гуманитарный социальный ун-т. – М. : Акад. про-ект : Гаудеамус, 2005. – 495 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
80. **Носс И. Н.** Введение в технологию психодиагностики / И. Н. Носс. – М. : Изд-во ин-та Психотерапии, 2003. – 250 с.  
а - 1;
81. **Ольшевский А. С.** Негативные PR-технологии / А. С. Ольшевский, А. С. Ольшевская. – М. : Инфра-М, 2004. – 327 с.  
а - 1;
82. Организационная культура : учебник / под ред. Н. И. Шаталовой. – М. : Экзамен, 2006. – 653 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
83. Организационное поведение : хрестоматия / ред.-сост. : Д. Я. Райгородский. – Самара : БАХРАХ-М, 2006. – 751 с.  
а - 1; ч/з - 1; ч/зо - 1;
84. **Орлов А. С.** Введение в коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / А. С. Орлов. – М. : Гардарики, 2005. – 367 с.  
ч/зо - 1;
85. **Оуэн Х.** Призвание-лидер. Полное руководство по эффективному лидерству : пер. с англ. / Х. Оуэн, В. Ходжсон, Н. Газзард. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 363 с.  
а - 2;
86. **Панасюк А. Ю.** Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.  
а - 2; ч/зо - 1;

87. **Панов А. В.** Разработка управленческих решений: информационные технологии : учеб. пособие для вузов / А. В. Панов. – М. : Горячая линия-Телеком, 2004. – 151 с.  
а - 1;
88. **Панфилова А. П.** Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособие / А. П. Панфилова. – 3-е изд. – СПб. : Знание, 2005. – 494 с.  
а - 8; ч/з - 1; ч/зо - 1;
89. **Персикова Т. Н.** Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие для вузов / Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2002. – 224 с.  
ч/зо - 1;
90. **Петрова Н. П.** Искусство работать с людьми, или Человеческий фактор в российском бизнесе / Н. П. Петрова. – М. : ЭКСМО, 2005. – 223 с.  
а - 2;
91. **Питерс Т.** Основы. Лидерство : пер. с англ. / Т. Питерс. – СПб. : Стюкгольмская школа экономики в С.-Петербурге, 2006. – 160 с.  
ч/зо - 1;
92. **Почепцов Г. Г.** Имиджелогия / Г. Почепцов. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Рефл-бук, 2006. – 574 с.  
ч/зо - 1;
93. Психология и этика делового общения : учебник для вузов / под ред. В. Н. Лавриненко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2001. – 326 с.  
а - 1;
94. Психология и этика делового общения : учебник для вузов / под ред. В. Н. Лавриненко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 415 с.  
а - 3; уч/б - 20; ч/з - 1; ч/зо - 1;
95. Психология массовой коммуникации : метод. указания и рекомендации для студ. спец. "Связи с общественностью", других направл. и спец. социально-эконом. и гуманитарного профиля / сост.: В. А. Михайлов, Л. Я. Михайлова. – Ульяновск : УлГТУ, 2003. – 46 с.  
а - 4; уч/б - 39; хр - 1; ч/з - 5; ч/зо - 5;
96. Психология управления персоналом : пособие для специалистов, работающих с персоналом / под ред. А. В. Батаршева, А. С. Лукьянова. – М. : Изд-во Ин-та Психотерапии, 2005. – 615 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
97. **Райхельд Ф.** Как строить взаимоотношения с персоналом. Руководство для руководства : пер. с англ. / Ф. Райхельд. – СПб. [и др.] : Питер, 2006. – 254 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
98. **Роббинз С.** Основы организационного поведения : пер. с англ. / С. Роббинз. – 8-е изд. – М. : Вильямс, 2006. – 443 с.  
ч/зо - 1;
99. **Рогов Е. И.** Психология группы / Е. И. Рогов. – М. : Владос, 2005. – 430 с.  
а - 2; ч/зо - 1;

100. **Рой О. М.** Исследование социально - экономических и политических процессов : практикум / О. М. Рой, А. М. Киселева. – СПб. [и др.] : Питер, 2007. – 238 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
101. Российское общество и радикальные реформы. Мониторинг социальных и политических индикаторов / Рос. акад. наук, Ин-т социально - полит. исслед.; под общ. ред. В. К. Левашова. – М. : Академия, 2001. – 896 с.  
ч/зо - 1;
102. Руководство сотрудниками фирмы : учеб. пособие для вузов / Н. В. Родионова [и др.] ; под ред. А. А. Крылова, Ю. А. Цыпкина. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 352 с.  
ч/зо - 1;
103. **Самохина Т. С.** Эффективное деловое общение в контекстах разных культур и обстоятельств : учеб. пособие по проф. межкультурной коммуникации / Т. С. Самохина. – М. : Р. Валент, 2005. – 215 с.  
и - 1;
104. **Сикевич З. В.** Социологическое исследование : практ. руководство / З. В. Сикевич. – СПб. [и др.] : Питер, 2005. – 319 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
105. **Смит Д.** Лидерство в сфере профессиональных услуг : пер. с англ. / Д. Смит. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. – 270 с.  
а - 1;
106. **Соломанидина Т. О.** Мотивация трудовой деятельности персонала : учеб.-практ. пособие / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. – М. : Журн. "Управление персоналом", 2005. – 277 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
107. Социология : учебник для вузов / отв. ред. П. Д. Павленок. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Маркетинг, 2002. – 1036 с.  
ч/зо - 1;
108. Социология : учебник для вузов / под ред. В. Н. Лавриненко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 447 с.  
а - 1;
109. Социология общественного мнения : метод. указ. и рекомендации для студ. / сост. В. А. Михайлов. – Ульяновск : УлГТУ, 2002. – 59 с.  
а - 4; уч/б - 58; хр - 1; ч/з - 5; ч/зо - 5;
110. **Спивак В. А.** Корпоративная культура: Теория и практика / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
111. **Спивак В. А.** Современные бизнес-коммуникации / В. А. Спивак. – СПб. : Питер, 2002. – 448 с.  
ч/з - 1;

112. **Стеклова О. Е.** Организационная культура : учеб.-метод. комплекс / О. Е. Стеклова ; Федер. агентство по образованию, Ульяновский гос. техн. ун-т, Ин-т дистанционного образования. – Ульяновск : УлГТУ, 2005. – 132 с.  
б/о - 1; ч/зо - 1;
113. **Столяренко Л. Д.** Психология делового общения и управления : учебник / Л. Д. Столяренко. – 4-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 407 с.  
а - 2; ч/зо - 1;
114. **Титова Л. Г.** Деловое общение : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экон. и упр. (06 0000) / Л. Г. Титова. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 271 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
115. **Травин В. В.** Управление человеческими ресурсами : учеб.-практ. пособие. Модуль 4 / В. В. Травин, М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – 2-е изд., испр. – М. : Дело, 2005. – 127 с.  
а - 2;
116. **Уилкоккс Д.** Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ : пер. с англ. / Д. Уилкоккс. – 4-е изд. – М. : ИМИДЖ-Контакт : Инфра-М, 2004. – 760 с.  
а - 1; ч/з - 1;
117. Управление общественными отношениями / В. С. Комаровский [и др.] ; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ ; под ред. В. С. Комаровского. – М. : РАГС, 2005. – 399 с.  
ч/з - 1; ч/зо - 1;
118. Управление связями с общественностью : учеб. пособие / Е. М. Бортник [и др.]. – М. : ФБК-ПРЕСС, 2002. – 125 с.  
а - 3; ч/з - 1; ч/зо - 1;
119. **Харрис Р.** Психология массовых коммуникаций : перевод / Р. Харрис. – 4-е междунар. изд. – М. ; СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК : ОЛМА-ПРЕСС, 2003. – 445 с.  
а - 3; ч/з - 1; ч/зо - 1;
120. **Хэйвуд Р.** Все о Public Relations. Как добиться успеха в бизнесе, используя связи с общественностью : пер. с англ. / Р. Хэйвуд. – М. : Лаб. Базовых Знаний, 1999. – 255 с.  
ч/зо - 1;
121. **Шарков Ф. И.** Интегрированные PR-коммуникации : связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций / Ф. И. Шарков. – М. : РИП-холдинг, 2004. – 271 с.  
а - 2; ч/з - 1; ч/зо - 2;
122. **Шарков Ф. И.** Паблик рилейшнз : учеб. пособие для вузов / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2006. – 312 с.  
ч/зо - 1;
123. **Шейн Э.** Организационная культура и лидерство : пер. с англ. / Э. Шейн. – 3-е изд. – СПб. [и др.] : Питер, 2007. – 330 с.  
а - 3; ч/з - 1; ч/зо - 1;

124. **Шейн Э.** Организационная культура и лидерство. Построение, эволюция, совершенство : пер. с англ. / Э. Шейн. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.  
ч/зо - 1;
125. **Шейнов В. П.** Искусство управлять людьми / В. П. Шейнов. – М. ; Минск : АСТ : Харвест, 2005. – 511 с.  
а - 2;
126. **Шеламова Г. М.** Деловая культура и психология общения : учебник для учреждений нач. проф. образования, учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования, обучающихся по специальностям соц.-экон. профиля / Г. М. Шеламова. – 4-е изд., стер. – М. : Академия, 2005. – 159 с.  
а - 1; ч/з - 1; ч/зо - 1;
127. **Шепель В. М.** Имиджелогия. Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – Ростов н/Д : Феникс, 2005. – 473 с.  
а - 1;
128. **Элвессон М.** Организационная культура : пер. с англ. / М. Элвессон. – Харьков : Гуманитарный Центр, 2005. – 458 с.  
а - 5; ч/з - 1; ч/зо - 1;
129. Энциклопедия этикета : Правила общения. Речевой этикет. Правила поведения. Гостевой этикет. Застольный этикет. Ваш дом. Имидж современного человека. Деловой этикет. Этикет в компьютерных сетях. Религия и этикет. Обряды в нашей жизни / сост. О. И. Максименко. – М. : АСТ : Астрель, 2000. – 512 с.  
б/о - 1;
130. Этика деловых отношений : учебник для вузов / А. Я. Кибанов [и др.]. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 367 с.  
а - 1; ч/зо - 1;
131. Этика общения : раб. программа : метод. материалы / сост. Е. Ш. Ромазанова. – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – 23 с.  
ч/з - 2; ч/зо - 3;
132. **Ядов В. А.** Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности : учеб. пособие для вузов / В. А. Ядов. – 7-е изд. – М. : Ин-т социологии РАН : Добросвет, 2003. – 596 с.  
а - 3; ч/зо - 1;
133. **Ядов В. А.** Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности : учеб. пособие / В. А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М. : Омега-Л, 2007. – 567 с.  
а - 3; уч/б - 19; ч/з - 1; ч/зо - 2;



## Статьи

134. **Аксенов В.** Когда я слышу слова "корпоративная культура"... / В. Аксенов // Советник. – 2005. – N 2. – С. 1. – НБ УлГТУ  
Основополагающие принципы работы компании "Бритиш Американ Тобакко".
135. **Александров А.** Бизнес со знаком + / А. Александров // БОСС. Бизнес: организация, стратегия, системы. – 2005. – N 11. – С. 49.  
13 октября в Москве прошла конференция "Бизнес со знаком "+". Роль корпоративной культуры в повышении стоимости компании".
136. **Альгина М. В.** Управление качеством культуры организации / М. В. Альгина // Стандарты и качество. – 2005. – N 5. – С. 66-71. – НБ УлГТУ  
Корпоративная культура как ключевой фактор системы управления качеством процессов обеспечения экономического роста в организации.
137. **Арутюнян М.** Идея "корпоративного духа" в образовании : методологический анализ / М. Арутюнян // Высшее образование в России. – 2006. – N 2. – С. 78-82. – Библиогр.: 5 назв. – НБ УлГТУ  
Проведен философско-методологический анализ идеи "корпоративного духа" в образовании, который позволяет вскрыть ключевые проблемы корпоративизма как специфической формы коммуникации, прояснить сущность феномена корпоративного сознания в проекции современного образования с позиций критической рефлексии.
138. **Архангельский Г.** Искусство успевать, или Корпоративный стандарт планирования дня / Г. Архангельский // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 9. – С. 67-71. – НБ УлГТУ  
Рекомендации по планированию рабочего дня. В приложении даны Правила ведения ежедневника.
139. **Ахмаева Л. Г.** Организационная культура компании / Л. Г. Ахмаева // Промышленная политика в Российской Федерации. – 2006. – N 10. – С. 62-73. – Библиогр.: 11 назв.  
Всесторонне исследуется термин "организационная культура", представлена таблица ценностей организационной культуры.
140. **Бакулев Г. П.** Нормативные теории массовой коммуникации / Г. П. Бакулев // Социологические исследования. – 2005. – N 1. – С. 105-114. – Библиогр.: 19 назв. – НБ УлГТУ  
Рассмотрены и проанализированы различные нормативные теории массовых коммуникаций.

141. **Барановский К.** Как противостоять корпоративному рейдерству PR-инструментами / К. Барановский // Советник. – 2006. – N 1. – С. 32-33. – НБ УлГТУ  
О PR-методах по защите собственности предприятия. Примеры российских рейдерских кампаний.
142. **Барт Т. В.** Критерии функционирования корпоративной культуры предприятия / Т. В. Барт // Язык, культура, общество: социально-культурные аспекты развития регионов Российской Федерации: сб. науч. тр. Всерос. науч. конф., 19-20 февр. – Ульяновск : УлГТУ, 2002. – С. 123-124.
143. **Батурина О.** Как измерить корпоративную культуру / О. Батурина // Кадровик. – 2005. – N 8. – С. 74-76.  
Рассматривается роль корпоративной культуры в управлении компанией.
144. **Бахарев А.** Корпоративный кодекс : регламент внутреннего имиджа / А. Бахарев // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 5. – С. 23-30. – НБ УлГТУ  
Создание внутренних документов компании не только регламентирует работу с персоналом, но и создает привлекательный имидж компании.
145. **Бизнес со знаком "+"** // Управление персоналом. – 2005. – N 21. – С. 30-31. – НБ УлГТУ  
О проведении конференции "Бизнес со знаком "+", посвященной проблемам корпоративной культуры.
146. **Билькевич Н.** Имидж - не все, но многое / Н. Билькевич // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 12. – С. 58-60. – НБ УлГТУ  
Забота работодателя об имидже позволяет повысить лояльность персонала и увеличить объем продаж.
147. **Блынская О. Е.** "Свет мой, зеркальце, скажи...", или о том, как мы изучали корпоративную культуру библиотеки, и что из этого вышло / О. Е. Блынская // Молодые в библиотечном деле. – 2005. – N 7. – С. 93-98.  
Ценности, определяющие корпоративную культуру библиотеки.
148. **Богомолова Н.** HR в управленческой команде: роли, функции, формы взаимодействия с менеджментом / Н. Богомолова // Справочник кадровика. – 2006. – N 2. – С. 115-120. – НБ УлГТУ  
Подходы к управлению персоналом. Позиция директора по персоналу в управленческой команде. Функциональное "колесо" HR-управленца. HR-мониторинг управленческой команды.
149. **Богомолова Н.** Кадровые и управленческие команды: определяем диспозицию / Н. Богомолова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 5. – С. 74-79. – НБ УлГТУ  
Предлагаются три модели взаимодействия с управленческой командой.

150. **Боргстрем Л.** "Ценности компании остаются неизменными" / Л. Боргстрем, И. Ильинская // Справочник по управлению персоналом. – 2006. –  
–  
– N 10. – С. 16-19. – НБ УлГТУ  
О внутрикорпоративной системе ценностей как образе жизни и стиле управления рассказывает директор по кадрам "ИКЕА Россия".
151. **Васенина Н.** Показатели корпоративной культуры вуза / Н. Васенина, В. Черняева // Инновации в образовании. – 2005. – N 1. – С. 118-120. – Полностью ст. опубл.: Высшее образование в России. – 2004. – N 1. – С. 76-80.  
Статья посвящена анализу корпоративной культуры вуза на примере МГУ по следующим показателям: сохранение высокого научного и педагогического потенциала вуза, поддержка молодых ученых, участие университета в научной работе, финансируемой из внебюджетных источников, постоянные контакты со студентами и аспирантами.
152. **Васильченко Ю.** Кто в риэлторы пошел / Ю. Васильченко // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 12. – С. 38-41. – НБ УлГТУ  
Об опыте разработки новых подходов к решению кадровых проблем, требующих перестройки форм внутрикорпоративных коммуникаций.
153. **Виноградов А. В.** СМИ и корпоративный медийный продукт как составляющие корпоративной медиасистемы / А. В. Виноградов // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – N 6. – С. 50-54. – НБ УлГТУ  
Информация, выпущенная для внутреннего пользования, всегда кажется более правдивой, ей легче доверять.
154. **Воинова Е. А.** Медиатизированная политическая коммуникация: способ медийного искажения политики или способ организации дискурса? / Е. А. Воинова // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – N 6. – С. 6-10. – НБ УлГТУ  
В России информация становится средством давления и господства.
155. **Волгина М.** "Лояльность- это совесть, благородство и достоинство... помните, как у Окуджавы?" / М. Волгина // Управление персоналом. – 2006. – N 17. – С. 54-57. – НБ УлГТУ  
О том, что во многих компаниях значимой ценностью является понятие корпоративной культуры, в которое как обязательный компонент входят ценность и значимость лояльности как сотрудников по отношению к компании, так и компании по отношению к своим сотрудникам.
156. **Волкова Е. А.** Влияние культуры и компетенции на стратегию предприятия / Е. А. Волкова // Труды Ульян. науч. центра "Ноосферные знания и технологии". – Ульяновск, 2004. – Т. 7, вып. 1. – С. 90-102.
157. **Гвоздкова Г. Ю.** Влияние организационной культуры на нововведения / Г. Ю. Гвоздкова // Философия хозяйства. – 2005. – N 2. – С. 258-263.  
Предлагается ряд способов и методов снижения сопротивления нововведениям в организациях.



158. **Гиляревский Р. С.** Текст как элемент информационной технологии / Р. С. Гиляревский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 2. – С. 21-27. – НБ УлГТУ  
Текст как основной компонент мультимедиа существует для всей сферы массовой и научной коммуникации.
159. **Гринюк Ж.** О бренде работодателя / Ж. Гринюк // Отдел кадров. – 2006. – N 12. – С. 144.  
О формировании бренда работодателя.
160. **Грушин Б. А.** Генеральный проект "Общественное мнение" (ПОМ). Институт философии и ИКСИ АН СССР (1967-1974) / Б. А. Грушин // Вестник общественного мнения. – 2006. – N 6. – С. 55-62.  
О проблемах и результатах проекта "Общественное мнение", который с 1967 по 1974 гг. исследовал массовое сознание россиян.
161. **Гунбина С. Г.** Влияние корпоративной культуры на эффективность внедрения системы менеджмента качества / С. Г. Гунбина // Опыт работы предприятий по подготовке к сертификации СМК : материалы науч.-техн. конф. (16 марта). – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – С. 25-29.
162. **Гунбина С. Г.** Диагностика корпоративной культуры вуза / С. Г. Гунбина // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2006. – N 1. – С. 6-9. – Библиогр.: 2 назв. – НБ УлГТУ  
Диагностируется тип корпоративной культуры Ульяновского государственного технического университета.
163. **Гунбина С. Г.** Диагностика организационной культуры как элемент самооценки организации / С. Г. Гунбина // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2005. – N 2. – С. 64-65. – Библиогр.: 2 назв. – НБ УлГТУ  
При подходе к системе всеобщего менеджмента качества необходимо проводить самооценку организационной культуры с целью диагностики состояния организации и оценки перспектив. Методика диагностики организационной культуры может быть использована и при выборе партнеров по бизнесу, слияниях и поглощениях.
164. **Гуревич Е.** Настройка кадровый оркестр / Е. Гуревич // Служба кадров и персонал. – 2005. – N 11. – С. 31-34. – НБ УлГТУ  
Рассматриваются функции HR-менеджера.
165. **Дайновская О.** У всех на слуху / О. Дайновская // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 4. – С. 8-10. – НБ УлГТУ  
Основные правила управления формальными и неформальными каналами распространения информации в организации.
166. **Данилевич Я. Б.** Имидж ученого: современные PR-технологии в экономике знаний / Я. Б. Данилевич, С. А. Коваленко // Вестник Российской академии наук. – 2005. – Т. 75, N 1. – С. 32-35. – НБ УлГТУ  
Судьба российской науки зависит в том числе и от того, какой ее образ доминирует в настоящее время в общественном сознании. По мнению ав-

торов публикуемой статьи, этот образ, или имидж, необходимо формировать целенаправленно, учитывая опыт и практические достижения современных PR-технологий.

167. **Деменко Е.** Внутрикorporативный PR в управлении организационными отношениями / Е. Деменко // Кадровик. – 2005. – N 8. – С. 77-78.

Предложены методы и инструменты налаживания и поддержки связей с сотрудниками компании. Приведены результаты правильно спланированных внутрикorporативных PR-кампаний.

168. **Денисова Д.** Как ловить в сети Индры / Д. Денисова // Эксперт. – 2006. – N 26. – С. 34-41.

О механизмах решения важнейшей проблемы в области управления персоналом - мотивации (удержания) кадров (бизнес рассматривается как воплощение корпоративной культуры, используются принципы управления живым организмом (живой системой).

169. **Дзялошинский И. М.** Манипулятивные технологии в масс-медиа / И. М. Дзялошинский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 2. – С. 56-75. – Окончание. Начало: 2005, N 1. – НБ УлГТУ

О манипуляциях в средствах массовой информации.

170. **Добросклонская Т. Г.** Медиатекст: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 2. – С. 28-34. – НБ УлГТУ

Теория и методы изучения медиатекстов носят комбинаторный интегративный характер, что отражает сущность текстов массовой информации.

171. **Доева С.** Совершенство - в разнообразии / С. Доева, И. Ткачева // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 9. – С. 25-28. – НБ УлГТУ  
Проанализированы методы, используемые в практике корпоративного обучения, их преимущества и недостатки в привязке к целям и особенностям бизнеса компаний.

172. **Долгова И. В.** Психологические аспекты эффективного управления командой в сфере внешней торговли / И. В. Долгова // Внешнеэкономический бюллетень. – 2005. – N 9. – С. 59-70. – Библиогр.: 7 назв.

Влияние корпоративной культуры на эффективное управление командой во внешнеэкономической сфере.

173. **Дружинина Д.** Профессиональные конкурсы в системе мотивации / Д. Дружинина // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 9. – С. 54-59. – НБ УлГТУ

Организация профессиональных конкурсов помогает удержать в компании креативных людей. В приложении дано Положение о профессиональном конкурсе "Компетентное решение".

174. **Дубовцев В. А.** Ценности корпоративной этики как противодействие злу коррупции и криминализации государственного и местного управления в России / В. А. Дубовцев // ЧиновникЪ. – 2005. – № 3. – С. 60-65.  
Автор анализирует принципы и проблемы этических оснований корпоративного поведения в западных странах и современной России. Кроме того, рассматриваются вопросы управления корпоративной культурой в обществе и на предприятии.
175. **Дубовцев В. А.** Экономическая этика и корпоративная культура против зла криминализации транзитивной экономики России / В. А. Дубовцев, А. Д. Колобов // Регион: экономика и социология. – 2005. – № 3. – С. 126-138.  
В статье рассматриваются сущность, предпосылки и предыстория возникновения, становления и развития корпоративной культуры в России. Сформулированы и исследованы направления, факторы и условия формирования и развития корпоративного управления на российских предприятиях. Обоснованы три уровня управления корпоративной культурой, обозначены средства управления корпоративными отношениями внутри хозяйствующего субъекта.
176. **Ермошкин А.** Организация как культурный феномен / А. Ермошкин // Управление компанией. – 2006. – № 2. – С. 16-19. – НБ УлГТУ  
Сегодняшние управленческие модели базируются на новых принципах, среди которых - видение долгосрочных конкурентных преимуществ, формирование современных черт лидерства, создание самообучающейся и саморазвивающейся организации. Необходимым условием воплощения этих принципов в жизнь и достижения на их базе успехов является понимание механизма формирования корпоративной культуры, а также факторов, закладывающих те идеи, взгляды и базовые ценности, которые разделяет весь персонал компании.
177. **Жалило Б.** "Операция на душе" - изменение корпоративной культуры компании / Б. Жалило // Управление персоналом. – 2007. – № 1. – С. 48-56. – НБ УлГТУ  
Статья о культуре, традициях, ритуалах и ценностях компаний. Организация и необходимость проведения корпоративных мероприятий.
178. **Завальный П.** Модели управления в крупных компаниях / П. Завальный, А. Силантьев // Общество и экономика. – 2006. – № 9. – С. 188-200. – НБ УлГТУ  
Предлагаемая авторами классификация моделей управления строится на понимании необходимости успешного выполнения всех этапов управленческого цикла для достижения целей управления. Генеральная последовательность развития моделей управления тесно связана с изменениями уровня влияния руководителя и формой управления. Частные модели управления должны быть приспособлены к текущим требованиям деятельности компании.

179. **Закаблущая Е.** Что не купишь за деньги, или Внутренний имидж службы персонала / Е. Закаблущая, А. Сафина // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 5. – С. 18-22. – НБ УлГТУ  
Механизмы, работающие на улучшение имиджа HR-отдела и управление человеческими ресурсами.
180. **Засурский Я. Н.** Колонка редактора: Журналистское образование в информационном обществе / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – N 4. – С. 3-8. – НБ УлГТУ  
Информационно-коммуникационная революция выдвигает новые требования к качеству журналистской продукции.
181. **Засурский Я. Н.** Колонка редактора: Культура журналистского исследования / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – N 6. – С. 3-5. – НБ УлГТУ  
Журналист должен обладать высокой культурой в понимании стратификации общества.
182. **Засурский Я. Н.** Колонка редактора: Медiateкст в контексте конвергенции / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 2. – С. 3-6. – НБ УлГТУ  
О разноплановой и содержательной коммуникации.
183. **Засурский Я. Н.** Колонка редактора: СМИ вступают в эпоху мобильной коммуникации / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 5. – С. 3-6. – НБ УлГТУ  
Автор считает, что в 2004 г. началось наступление новой эпохи управления вниманием с помощью сотового телефона.
184. **Засурский Я. Н.** Колонка редактора: социологические аспекты журналистской науки / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – N 1. – С. 3-6. – НБ УлГТУ  
Эпоха межличностной коммуникации укрепляет понятие и роль личности в коммуникационном и информационном пространстве.
185. **Засурский Я. Н.** Колонка редактора: Теория коммуникации в контексте новых технологий / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – N 3. – С. 3-7. – НБ УлГТУ  
О путях развития теории массовой коммуникации.
186. **Захарова Е.** Обновление корпоративной культуры: решение конкурсного задания N 5 / Е. Захарова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 11. – С. 102-105. – Продолж. Начало в N 3. – НБ УлГТУ  
Предложено лучшее решение конкурсного задания на тему корпоративной культуры.
187. **Зырянова А.** Перестройка коммуникаций в период реорганизации / А. Зырянова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 8. – С. 72-75. – НБ УлГТУ  
Опыт создания системы внутренних коммуникаций.

188. **Ивкин А.** О пользе критики в корпоративных СМИ / А. Ивкин // Советник. – 2006. – N 4. – С. 22-23. – НБ УлГТУ  
О проблеме критических выступлений во внутрикорпоративных изданиях. О корпоративной культуре и идеологии на примере газеты "Госстрах" компании "Росгосстрах".
189. **Ильинская И.** Деловая культурология / И. Ильинская // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 10. – С. 10-15. – НБ УлГТУ  
Формирование, проявление и значение корпоративной культуры.
190. **Ирхин Ю. В.** Особенности японской культуры управления: сравнительный анализ / Ю. В. Ирхин // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – N 2. – С. 192-210. – Библиогр. в сносках. – НБ УлГТУ  
Рассмотрен опыт экономической и культурной модернизации управления в Японии, который показывает, что позитивных результатов нельзя достичь, лишь копируя западные модели и игнорируя особенности собственной культуры и национальной психологии.
191. **Исопескуль О. Ю.** Проблема зависимости мотивационного профиля сотрудников маркетингового отдела от организационной культуры предприятия / О. Ю. Исопескуль, А. В. Пономарев // Практический маркетинг. – 2005. – N 11. – С. 8-13. – НБ УлГТУ  
Рассмотрено управление организационной культурой как насущная необходимость, определяющая стратегические перспективы предприятия.
192. Итоги опроса по теме "Организация внутренних коммуникаций: роль HR-служб" // Кадровик. – 2005. – N 12. – С. 6-8.  
Результаты опроса, посвященного роли HR-служб при организации внутренних коммуникаций.
193. **Ищенко А.** Репутация менеджеров на службе компании / А. Ищенко // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 9. – С. 62-66. – НБ УлГТУ  
Личный "пиар" менеджеров как инструмент реализации стратегии компании.
194. **Ищенко С. Д.** Огурец в банке / С. Д. Ищенко // Управление персоналом. – 2005. – N 14. – С. 46-52. – НБ УлГТУ  
О необходимости формирования единой корпоративной политики предприятия как средства повышения эффективности управления персоналом. Исследование поведенческих форм и производственных установок сотрудников крупных промышленных компаний.
195. **Йонах Й.** Диверсификация социальных программ будет неразрывно связана с результатами работы сотрудников / Й. Йонах // Управление персоналом. – 2006. – N 17. – С. 42-43. – НБ УлГТУ  
О том, что все больше компаний начинают уделять должное внимание факторам нематериальной мотивации сотрудников.

196. **Калымбаев Д.** Коммуникации внутри компании и вне ее. Зачем это нужно и нужно ли? / Д. Калымбаев // Маркетинговые коммуникации. – 2005. – № 5. – С. 50-54. – НБ УлГТУ  
Стадия бурного развития компании и взрывоподобного роста числа лояльных клиентов - противоречия, связанные с тем, что компания оказывается не в состоянии удовлетворить порожденный ею же самую спрос.
197. **Камышанов А. А.** Использование малотиражного периодического издания в структуре маркетинга современного предприятия, работающего на рынке информационного обслуживания и IT-технологий: на примере опыта фирмы "Гарант-Сервис Симбирск" / А. А. Камышанов // Россия : история, политика, культура : сб. науч. тр. – Ульяновск : УлГТУ, 2003. – С. 66-70.
198. **Карачевцева А.** В Нижнем Новгороде обсудили роль массмедиа в формировании общественного мнения и человека в системе коммуникаций / А. Карачевцева // Советник. – 2006. – № 6. – С. 56-57. – НБ УлГТУ  
Материал о тематике и участниках семинара "Роль массмедиа в формировании общественного мнения" и научно-практической конференции по региональной культуре "Человек в системе коммуникации".
199. **Карпова Е.** Теперь мы вместе / Е. Карпова // Советник. – 2005. – № 2. – С. 48-49. – НБ УлГТУ  
Об опыте создания корпоративной газеты "Вестник РУСАЛа".
200. **Карпухин О. И.** Манипулирование массами - инструмент PR-революций в эпоху глобализации и экспорта демократии / О. И. Карпухин, Э. Ф. Макаревич // Социально-гуманитарные знания. – 2005. – № 5. – С. 26-52. – Библиогр.: 23 назв. – НБ УлГТУ  
Демократические революции в Югославии, Украине, Грузии, влияние на их исход США, манипулирование сознанием масс во время предвыборных кампаний.
201. **Карцев Е. А.** Об институциональном содержании корпоративной культуры: философско-хозяйственный аспект / Е. А. Карцев // Философия хозяйства. – 2005. – № 4/5. – С. 133-141.  
Современная эпоха - время фрактального производства. В этой системе возникают отношения "индивид равен коллективу", а само предприятие распадается на систему самостоятельно действующих структурных единиц. Таким образом, революция в предпринимательской культуре начинается с субъекта хозяйственной деятельности и заканчивается новой организацией производства.
202. **Кацай М. Ю.** Корпоративные издания: поиск эффективных коммуникаций / М. Ю. Кацай // Управление персоналом. – 2005. – № 7. – С. 37-39. – НБ УлГТУ  
О корпоративных изданиях, как уникальном явлении, соединяющем личное обращение к читателям, предоставление отраслевой информации, продвижение торговой марки, развитие имиджа компании, а также как о

неотъемлемом элементе программы формирования лояльности сотрудников в отношении деятельности компании.

203. **Кацай М. Ю.** Новая экономика: все только начинается / М. Ю. Кацай // Управление персоналом. – 2005. – № 3. – С. 56-59. – НБ УлГТУ  
О принципах новой экономики с "человеческим лицом", о кардинальном совершенствовании традиционных методов управления кадрами.
204. **Кириллов Л.** Дерево HR-стратегии / Л. Кириллов // Управление компаниями. – 2006. – № 3. – С. 41-44. – НБ УлГТУ  
Концепция Сбалансированных карт позволила конкретизировать пути реализации стратегии в рамках четырех ключевых проекций: финансовой клиентской, внутренне-процессуальной, обучения и развития.
205. **Кириллова Д.** Не сгореть, зажигая... / Д. Кириллова // Управление компанией. – 2006. – № 5. – С. 45-49. – НБ УлГТУ  
Количество корпоративных мероприятий в российских компаниях увеличивается с каждым годом; бюджет, выделяемый топ-менеджерами на их организацию и проведение, постоянно растет. Хорошо организованный юбилей, праздник с элементами team building или корпоративное путешествие - показатель PR-политики компании не только внутренней, но и внешней. Так стоит ли игра свеч и сколько стоят эти самые "свечи"? Рассказ о стилях проведения корпоративных вечеринок и праздников.
206. **Кирилловых Д. Ю.** Корпоративная культура создания стоимости / Д. Ю. Кирилловых // Актуальные проблемы современной науки. – 2005. – № 5. – С. 29-32.  
Концепция управления предприятием, ориентированная на создание стоимости; реструктуризация корпоративной культуры.
207. **Коваленко Т. Д.** Роль делового гостеприимства в коммуникативной политике предприятия / Т. Д. Коваленко // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2006. – № 4. – С. 228-234.  
В настоящее время деловое гостеприимство как наука и искусство взаимодействия хозяйствующих субъектов вполне правомерно становится предметом изучения и инструментарием создания имиджа предприятия. Деловое гостеприимство концентрирует в себе обширный круг вопросов и рассматривается автором как элемент коммуникативной политики. В статье показана взаимосвязь делового гостеприимства в современных процессах рыночного взаимодействия хозяйствующих субъектов.
208. **Коган Е.** Что такое "организационная культура" и как ее развивают в современных компаниях / Е. Коган // Советник. – 2005. – № 2. – С. 10-11. – НБ УлГТУ  
Результаты исследования порталом Sovetnik.ru проблем развития организационной культуры и ее восприятия профессиональным PR-сообществом.

209. **Козлов А. В.** Методика идентификации корпоративных ценностей предприятия / А. В. Козлов, Л. В. Песля, Е. М. Самуйловская // Нефтепереработка и нефтехимия. Научно-технические достижения и передовой опыт. – 2005. – N 10. – С. 9-12. – Библиогр.: 4 назв.  
Представлены результаты анализа категорий корпоративных ценностей и корпоративной культуры, их структуры и взаимосвязи. Изложен опыт по практическому применению полученных результатов в рамках проекта по идентификации корпоративных ценностей ООО "ПО "Киришинефтеоргсинтез" (КИНЕФ).
210. **Коноваленко М. Ю.** Один руководитель - два направления / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко // Управление персоналом. – 2005. – N 9/10. – С. 78-82. – НБ УлГТУ  
О проблеме улучшения системы корпоративных коммуникаций.
211. **Коновалова Э.** PR-технологии в современном обществе: мечты и действительность / Э. Коновалова, И. Тимерманис, С. Паулов // Советник. – 2006. – N 3. – С. 30-32. – НБ УлГТУ  
О программе и приоритетных направлениях докладов и дискуссий третьей Всероссийской научно-практической конференции "PR-технологии в информационном обществе", проходившей 25-26 февраля 2006 года в Санкт-Петербурге.
212. **Кононова Д. Е.** Репутация компании на современном рынке / Д. Е. Кононова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – N 1. – С. 77-85. – НБ УлГТУ  
В статье автор анализирует понятие "репутация компании". Управление репутацией не только служит имиджу, но и экономически определяет акционерную стоимость компании в современном деловом мире.
213. **Константинова Н.** Новшества в преломлении традиций / Н. Константинова // Советник. – 2005. – N 2. – С. 41-43. – НБ УлГТУ  
О проблемах формирования корпоративной культуры в петербургской оптической компании ЛОМО.
214. **Корчагина Н.** Как собрать 1200 единомышленников / Н. Корчагина // Советник. – 2005. – N 2. – С. 47. – НБ УлГТУ  
О внутрикорпоративных коммуникациях на табачной фабрике "Филип Моррис Ижора".
215. **Костакова Л.** Управление обучением / Л. Костакова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 9. – С. 29-35. – НБ УлГТУ  
Задачи системы внутрикорпоративного обучения сотрудников банка.
216. **Костенчук И.** Мысли о смысле / И. Костенчук // Советник. – 2005. – N 4. – С. 34-36. – НБ УлГТУ  
Об идеологии, как об одном из инструментов формирования эффективной корпоративной культуры.



217. **Костенчук И.** Помогите людям потрогать будущее, и они принесут его вам на блюдечке / И. Костенчук // Советник. – 2005. – N 9. – С. 31-33. – НБ УлГТУ  
Об управлении организационными изменениями в компании.
218. **Костюченко А.** Корпоративная культура в деятельности современной российской компании / А. Костюченко // Менеджмент сегодня. – 2005. – N 3. – С. 45-49. – НБ УлГТУ  
О формировании корпоративной культуры на примере одной из московских компаний.
219. **Кошелюк М.** Кто же конструирует конструкции? / М. Кошелюк // Советник. – 2005. – N 10. – С. 1. – НБ УлГТУ  
О связи современного PR с медиа и о развитии современной системы массовых коммуникаций.
220. **Кошелюк М.** Развитие корпоративной культуры : путь от компромисса к консенсусу / М. Кошелюк // Советник. – 2005. – N 2. – С. 12-16. – НБ УлГТУ  
Природа, принципы и этапы развития корпоративной культуры.
221. **Кравченко К.** Организационная культура промышленного предприятия / К. Кравченко // Человек и труд. – 2006. – N 6. – С. 73-76.  
О том, что термином "организационная культура" обозначается представление об организационной структуре и социально-психологическом климате на предприятии.
222. **Крымчанинова М.** Мифы управляют миром... и бизнесом? : этико-аксиологические аспекты подготовки и проведения тренинга / М. Крымчанинова // Управление персоналом. – 2005. – N 11. – С. 59-66. – НБ УлГТУ  
О некоторых элементах мифологической системы, позволяющих воздействовать на культуры организаций.
223. **Крюкова Е.** Ах, эта корпоративная культура! / Е. Крюкова // Служба кадров и персонал. – 2005. – N 4. – С. 40-43. – НБ УлГТУ  
Параметры формирования корпоративной культуры в компаниях.
224. **Кузичев С. В.** Нравственность и мораль как основа зарождения организационной культуры в России / С. В. Кузичев // Культура: управление, экономика, право. – 2006. – N 1. – С. 25-26. – Библиогр.: 3 назв.  
Показываются истоки, становление и развитие нравственности и морали в России в разные исторические эпохи.
225. **Леонов Н.** Другая корпоративная культура / Н. Леонов, А. Широбокова // Служба кадров и персонал. – 2006. – N 12. – С. 61-67. – НБ УлГТУ  
Адаптивное поведение специалистов в ситуации изменения корпоративной культуры в организации.
226. **Лимонов В.** Воспитательная деятельность университета / В. Лимонов // Высшее образование в России. – 2006. – N 10. – С. 69-72. – НБ УлГТУ

О создании разветвленной системы управления процессами воспитательной деятельности, о политике по укреплению корпоративной культуры и по связям с общественностью в Санкт-Петербургском государственном инженерно-экономическом университете.

227. **Лозовский Б. Н.** Экономика манипулирования / Б. Н. Лозовский // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 2. – С. 76-93. – НБ УлГТУ

О влиянии экономики на средства массовой информации.

228. **Малышев А. А.** Корпоративная культура внешнеторговой организации: опыт и проблемы / А. А. Малышев // Внешнеэкономический бюллетень. – 2005. – N 6. – С. 29-33. – Библиогр.: 6 назв.

Понятие корпоративной культуры. Основные уровни корпоративной культуры организации. Функции корпоративной культуры внешнеторговой фирмы. Влияние на поведение сотрудников, их деятельность, коммуникации.

229. **Мальцева Г. И.** Роль корпоративной культуры в формировании эффективного университета / Г. И. Мальцева, О. В. Горшкова // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – N 2. – С. 40-44.

Организация корпоративной культуры во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса.

230. **Мальцева Г. И.** Университетская корпоративная культура / Г. И. Мальцева // Университетское управление: практика и анализ. – 2005. – N 2. – С. 95-103.

Рассматриваются функции и уровни понятия "корпоративная культура" и основные элементы корпоративной культуры Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.

231. **Мамонов Е. А.** Корпоративная лояльность. Когда нас предают? / Е. А. Мамонов // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2006. – N 8. – С. 86-90.

Рассказано, как повысить лояльность сотрудников и, что может повлиять на ее снижение.

232. **Мариничева М.** Корпоративные коммуникации: создаем, поддерживаем и используем / М. Мариничева // Отдел кадров. – 2006. – N 7. – С. 114-117. Создание коммуникационной среды; формирование корпоративной культуры и обмена "скрытыми" знаниями.

233. **Маркелов К.** Общественный идеал как объект воздействия государственной информационной политики / К. Маркелов // Государственная служба. – 2005. – N 6. – С. 105-110. – Библиогр.: 7 назв.

Общественный идеал как объект воздействия государственной информационной политики выбран для научного исследования на основе анализа законов развития общественных отношений, в частности, закона экономии социальных усилий. Выделены три функции государственной инфор-

мационной политики в отношении общественного идеала. Дано краткое обоснование этих функций.

234. **Мартынова М.** Корпоративная культура : сценарий изменения / М. Мартынова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 10. – С. 21-27. – НБ УлГТУ

Предлагается оригинальный сценарий изменения корпоративной культуры, базирующийся как на существующих, так и на желаемых ценностях.

235. **Маслов В. И.** Корпоративная культура в современном менеджменте / В. И. Маслов // Финансовый бизнес. – 2006. – N 5. – С. 31-38.

В новых условиях XXI века корпоративная культура стала определяющим фактором долгосрочного финансового успеха и конкурентоспособности организации. На основе диагностики корпоративной культуры по методу, предложенному Г. Хофштеде и Д. Боллинже, исследованы культуры трех деловых организаций: "Инструм-Рэнд" (г. Павлово Нижегородской области), международного концерна "Сименс" и коммерческого банка "Возрождение и развитие" (г. Пенза).

236. **Маслов Д.** Корпоративная переоценка ценностей / Д. Маслов, Г. Роше // Управление персоналом. – 2006. – N 9. – С. 22-25. – НБ УлГТУ

О гармонизации ценностей организации; о культурной трансформации Ричарда Барретта.

237. **Махмутова А. Ш.** Корпоративная культура как нематериальный актив в современной России / А. Ш. Махмутова // Экономика и управление. – 2006. – N 3. – С. 105-108.

О корпоративной культуре и признании ее нематериальным активом организации.

238. **Межеричкий Т.** HR - это мост с двусторонним движением / Т. Межеричкий // Управление персоналом. – 2005. – N 13. – С. 40-43. – НБ УлГТУ

Интервью с Т. Межеричким, региональным менеджером по персоналу компании "ДЮПОН", о кадровой политике, кадровых технологиях западной компании, успешно работающей в России.

239. **Менумеров А.** Как найти своего PRинца / А. Менумеров // Советник. – 2005. – N 12. – С. 48. – НБ УлГТУ

Задачи HR-служб при поиске и отборе кандидатов на позиции в сфере PR.

240. **Минаева Т. В.** Корпоративная культура: функции и особенности в УлГТУ / Т. В. Минаева, В. Н. Сафонов // Вузовская наука в современных условиях : тез. докл. 40 науч.-техн. конф., 30 янв.-5 февр. – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – С. 148.

241. **Минина В. Н.** В различии рождается новое / В. Н. Минина // Управление персоналом. – 2006. – N 15. – С. 38-39. – НБ УлГТУ

Насколько компании подходят к пониманию того, что необходимо выстраивать свой имидж как хорошего работодателя; если компании оказываются приблизительно одинаковыми по параметрам условий и оплаты

труда, то выбор осуществляется на основании других критериев, и эти критерии связаны с имиджем.

242. **Михайлова А.** Методики преодоления кризисной ситуации внутри компании / А. Михайлова // Маркетинговые коммуникации. – 2005. – N 3. – С. 26-29. – НБ УлГТУ  
Пути эффективного использования внутрикорпоративных антикризисных коммуникаций.
243. **Могутнова Н. Н.** Корпоративная культура: понятие, подходы / Н. Н. Могутнова // Социологические исследования. – 2005. – N 4. – С. 130-136. – НБ УлГТУ  
Обзор литературы по теме: терминология, функции. Авторское видение структуры корпоративной культуры.
244. **Мосина Л.** Управление репутацией - ресурс развития организации и личности / Л. Мосина // Кадровик. – 2005. – N 12. – С. 73-75.  
Как формируется репутация и как ею управлять.
245. **Мурзин Д. А.** Новые корпоративные стратегии коммуникаций в современной России / Д. А. Мурзин // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 1. – С. 55-67. – НБ УлГТУ  
Трансформация планового хозяйства в рыночную экономику в России привела к возникновению новых социальных групп и общностей. Информационные потребности этой социальной общности вызвали к жизни новый тип коммуникации.
246. **Никулин Д.** Организационная культура: технология формирования / Д. Никулин // Вопросы культурологии. – 2006. – N 2. – С. 84-85.  
Применение тренингов для создания организационной культуры предприятия и развития персонала.
247. **Обидина Е. Ю.** Процессы формирования корпоративной культуры : практика ижевских фирм / Е. Ю. Обидина // Менеджмент: теория и практика. – 2005. – N 3/4. – С. 234-239.  
Исследование двух ижевских фирм - филиала Сталепромышленной компании и школы менеджеров "РОСТ", которые могут служить примером грамотного и постепенного формирования в этих коллективах корпоративной культуры.
248. **Опробуйте социальную ответственность на своих сотрудниках / В. Базу-ченко [и др.] // Советник. – 2005. – N 2. – С. 30-33. – НБ УлГТУ**  
О проблемах развития корпоративной социальной ответственности в России размышляют руководители и специалисты отечественных компаний.
249. **Орлова Л. Д.** Повышение корпоративных интересов в АПК через налоговую и бюджетную системы РФ / Л. Д. Орлова // Труды Ульян. науч. центра "Ноосферные знания и технологии". – Ульяновск, 2005. – Т. 8, вып. 1. – С. 34-39.

250. **Осипов Г. В.** "Социолог - это не человек с анкетой..." : беседа с научным руководителем Института социально-политических исследований РАН, академиком РАН Г. В. Осиповым / Г. В. Осипов // Мониторинг общественного мнения. – 2005. – N 4. – С. 36-41.  
В беседе идет речь о том, как изучается общественное мнение в России в настоящее время, и о том, чем должны заниматься социологи на данном этапе развития общества.
251. **Ослон А.** Опросы общественного мнения как смысловая проблема /А. Ослон // Городское управление. – 2006. – N 6. – С. 83-87.  
Смысл понятия "опрос общественного мнения".
252. **Оффенхойзер С.** Равнение на медиа / С. Оффенхойзер // Советник. – 2005. – N 10. – С. 42-43. – НБ УлГТУ  
Об основных тенденциях развития СМИ и PR в Западной и Восточной Европе.
253. **Панферова Н.** Организационная культура как молекулярный уровень организации / Н.Панферова // Советник. – 2005. – N 6. – С. 26-29. – НБ УлГТУ  
Обзор концепций феномена организационной культуры и способов его изучения.
254. **Панюкова В.** Коммерческая разведка - мощное оружие конкурентной борьбы / В. Панюкова // Российская торговля. – 2005. – N 10. – С. 62-64.  
Коммерческая разведка - это составная часть корпоративной культуры ведения современного бизнеса, изучающая намерения конкурентов и возможные риски в бизнесе. Об этом говорится в публикуемой статье.
255. **Папонова Н.** Управление изменениями через линейных менеджеров / Н. Папонова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 12. – С. 26-29. – НБ УлГТУ  
Об алгоритме построения коммуникаций между подразделениями компании в период организационных изменений.
256. **Перминова Н. И.** Роль средств массовой информации в преодолении социально-экономических последствий реструктуризации базовых отраслей промышленности / Н. И. Перминова // Проблемы региональной экономики. – 2005. – N 3/4. – С. 69-80.  
На современном этапе реформирования экономики России на одно из первых мест выходит проблема снижения негативных социально-экономических последствий возникающих на территории подвергшихся реструктуризации базовых отраслей промышленности. Ключевым направлением решения возникающих социально-психологических проблем местного сообщества на локальной территории и выработки социально-экономических механизмов ее реабилитации является информационная политика органов местного самоуправления. Основным инструментом информационной политики муниципалитета являются местные газеты, которые выполняют

функции: информирования, воспитания, организации поведения, создания определенного эмоционально-психологического тона, коммуникации.

257. **Пишняк А. И.** Массовая коммуникация влияет на потребление? / А. И. Пишняк // Практический маркетинг. – 2005. – N 12. – С. 18-26. – НБ УлГТУ  
Рассмотрена проверка оппозиционных теорий эффекта массовой коммуникации.
258. **Погодина Г.** "Правила игры", или Кодекс деловой этики сотрудников / Г. Погодина // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 10. – С. 28-30. – НБ УлГТУ  
Рекомендации по разработке и внедрению Кодекса, регламентирующего деловое поведение сотрудников компании.
259. **Погодина Г.** Разработка Положения об учебном центре / Г. Погодина // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 8. – С. 79-80. – НБ УлГТУ  
Создание корпоративного учебного центра.
260. **Поляков А. А.** Стратегическое управление персоналом и корпоративная культура страховой компании / А. А. Поляков // Страховое дело. – 2005. – N 3. – С. 51-63.  
Стратегическое управление персоналом страховой компании это новая концепция, которая предполагает управление ее коллективом, основанное на стратегических планах развития, предусматривающих согласование целей, возможностей страховой компании и интересов работников.
261. **Попов Б.** Формирование корпоративной культуры / Б. Попов // Управление персоналом. – 2007. – N 4. – С. 61-63. – НБ УлГТУ  
Корпоративная культура это культура говорения и слушания.
262. **Потапов Д.** "Тренируем" корпоративную культуру / Д. Потапов // Управление компанией. – 2006. – N 1. – С. 30-33. – НБ УлГТУ  
Сегодня крупные, преуспевающие на рынке компании хорошо понимают, что грамотно построенная, гибкая система общих для всех сотрудников организации ценностей, убеждений и норм поведения может сэкономить предприятию немалые средства.
263. **Протас Е. В.** Коммуникативная культура вуза как предмет педагогического исследования: эволюция подходов к изучению / Е. В. Протас, Е. В. Семухина // Право и образование. – 2006. – N 2. – С. 160-169.  
Роль культуры в коммуникативном процессе. Коммуникативная культура вуза.
264. **Протас Е. В.** Педагогический потенциал коммуникативной культуры и коммуникативного климата вуза: понятие, структура, характеристики / Е. В. Протас, Е. В. Семухина // Право и образование. – 2006. – N 6. – С. 99-112.  
Коммуникативная культура вуза.

265. **Прохоров Е. П.** Массовое сознание как предмет социологического исследования / Е. П. Прохоров // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – N 1. – С. 30-46. – НБ УлГТУ  
Влияние средств массовой информации на общественное мнения граждан.
266. **Разводов С.** Построение внутренних коммуникаций в компании / С. Разводов // Кадровик. – 2005. – N 2. – С. 29-30.  
Как построить отношения между компанией и ее сотрудниками.
267. Результаты социологического исследования корпоративной культуры занятых в специальности "Связи с общественностью" / Ю. А. Булатова [и др.] // Студент - наука будущего: межвуз. студ. науч.-техн. конф., апр. – Ульяновск : УлГТУ, 2004. – С. 47.
268. **Реснянская Л. Л.** Возможен ли диалог? / Л. Л. Реснянская // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 1. – С. 18-28. – НБ УлГТУ  
О распространении технологий манипуляции в медиаполитическом пространстве.
269. **Ровенский Ю.** Каждый сотрудник должен видеть цели компании / Ю. Ровенский // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 7. – С. 12-16. – НБ УлГТУ  
О формах мотивации, не требующих финансовых затрат.
270. **Рогожников М.** Мастерские кривых зеркал / М. Рогожников // Эксперт. – 2005. – N 40. – С. 110-114, 116-118.  
Анализ ошибок, допускаемых в практике изучения общественного мнения в современной России (как правильно и как не надо задавать вопросы, информировать о результатах опроса и другое).
271. **Ротман Д. Г.** Особенности изучения мнений "недоступных респондентов" в социологическом исследовании / Д. Г. Ротман, Н. П. Веремеева // Социология. – 2006. – N 3. – С. 72-74.  
О методах изучения мнений "недоступных респондентов".
272. **Рулинский В.** Развитие корпоративной культуры промышленных предприятий в рыночных условиях / В. Рулинский // Менеджмент сегодня. – 2005. – N 3. – С. 50-54. – Библиогр.: 14 назв. – НБ УлГТУ  
Рекомендации по развитию корпоративной культуры.
273. **Рыгина Л. С.** Теория и методология социального поля для гендерного анализа СМИ / Л. С. Рыгина // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2006. – N 2. – С. 193-198.  
Представлена теоретико-методологическая схема привлечения концепта социального поля для изучения закономерностей и непосредственных практик производства гендерно-специфической информации в СМИ.
274. **Рябова А.** Офисные войны / А. Рябова // Новости торговли. – 2005. – N 10. – С. 66-68. – Окончание. Начало в N 9. – НБ УлГТУ

Самой продуктивной стратегией в борьбе с конфликтными ситуациями, возникающими в компании, специалисты называют построение стабильной позитивной корпоративной культуры и постоянный мониторинг атмосферы в коллективе - именно эти меры помогут свести вероятность конфликтов к минимуму.

275. **Рябцева Е. Е.** СМИ и политические коммуникации : теоретический аспект / Е. Е. Рябцева, К. А. Кузина // Гуманитарные исследования. – 2006. – N 2. – С. 35-39.

Приводится анализ понятий, главных функций и оценки средств массовой коммуникации и массовой информации. Рассматриваются современные теории средств массовой информации и массовой коммуникации.

276. **Самарина Е.** Своя тайна / Е. Самарина // Кадровик. – 2006. – N 6. – С. 73-80.

На примере гипотетического персонажа проанализированы ошибки, допущенные в процессе освоения корпоративной культуры некой организации.

277. **Самоукина Н.** Сплоченная команда: когда это хорошо и когда это плохо? / Н. Самоукина // Управление персоналом. – 2005. – N 4. – С. 51-54. – НБ УлГТУ

Об отрицательных и положительных последствиях групповой сплоченности коллектива компании.

278. **Сапунов Б. М.** Современная концепция образования и средства массовых коммуникаций / Б. М. Сапунов // Мир образования – образование в мире. – 2005. – N 2. – С. 132-144. – Библиогр.: 2 назв.

Рассматривается место и роль средств массовых коммуникаций (интернет, телевидение) в современной системе образования. Анализируются традиционные концепции российского образования. Проводится сравнение состояния медиа-образования в странах Запада и в России.

279. **Сарган Г.** Командообразование: боязнь глубины / Г. Сарган // Управление компанией. – 2005. – N 1. – С. 38-41. – НБ УлГТУ

Чтобы понять, что такое командообразование и какие выгоды оно несет, попытаемся проанализировать состояние нашего общества, от которого во многом зависит и понимание того, какие группы людей наиболее ценны для компании и можно ли называть их командой.

280. **Сарган Г.** Команда : реальная цель или иллюзия / Г. Сарган // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 7. – С. 61-64. – НБ УлГТУ  
Готовность компании к командообразованию.

281. **Саяпин К.** Основная задача HR-отдела / К. Саяпин // Отдел кадров. – 2006. – N 4. – С. 118-120.

Задачи, критерии, функции работы HR-отдела.

282. **Сбитнев А. В.** Структура и мотивы формирования корпоративной культу-



ры / А. В. Сбитнев // Менеджмент сегодня. – 2006. – N 4. – С. 226-237. – Библиогр.: 9 назв. – НБ УлГТУ

Рассматривается методика анализа структуры и принципов формирования корпоративной культуры.

283. **Свиткин М. З.** Организационно-методические аспекты корпоративной культуры / М. З. Свиткин // Методы менеджмента качества. – 2007. – N 2. – С. 26-29. – Библиогр.: 6 назв. – НБ УлГТУ

В данной статье речь идет о корпоративной культуре, которая способствует благоприятному социально-психологическому климату в коллективе, обеспечивает прочность, жизнеспособность и долговечность организации. Основное внимание сосредоточено на корпоративной культуре с позиций менеджмента и бизнеса.

284. **Семенова О.** Культурная эволюция / О. Семенова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 10. – С. 8-9. – НБ УлГТУ

Формирование, укрепление и поддержание корпоративной культуры организации.

285. **Сергеев Ю.** Слухи в организации / Ю. Сергеев // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 12. – С. 64-67. – НБ УлГТУ

Как и откуда рождаются слухи и как они могут быть использованы на благо компании.

286. **Сергеева Т. Б.** Особенности корпоративной культуры образовательного учреждения / Т. Б. Сергеева, О. И. Горбатько // Педагогика. – 2006. – N 10. – С. 11-21. – Библиогр.: 28 назв. – НБ УлГТУ

Об университете как специфической форме корпорации.

287. **Сильванович С.** Не дороги, а направления / С. Сильванович // Отдел кадров. – 2005. – N 8. – С. 116-120.

Управление знаниями организации: процессы и подпроцессы.

288. **Синикас А.** Водопад слухов / А. Синикас // Отдел кадров. – 2006. – N 7. – С. 118-120.

Беседа с президентом глобальной консалтиговой компании Sinickas Communication, Inc Анжелой Синикас о роли внутрикорпоративных слухов.

289. **Соколов А.** Актуализация сферы культуры и массовых коммуникаций как важнейшего элемента стратегии социально-экономического развития / А. Соколов // Государственная служба. – 2005. – N 4. – С. 5-13.

Новое понимание конструктивной роли культуры в развитии России 21 века. Основные приоритеты и направления государственной политики в сфере культуры и массовых коммуникаций. Международное культурное сотрудничество.

290. **Солганик Г. Я.** К определению понятий "текст" и "медiateкст" / Г. Я. Солганик // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2005. – N 2. – С. 7-15. – НБ УлГТУ

Рассмотрены понятия "текст" и "медiateкст".

291. **Соломанидина Т. О.** Мы мало что знаем о том, что происходит внутри этих "закрытых" организаций / Т. О. Соломанидина, Е. С. Пергаев, О. В. Швец // Управление персоналом. – 2005. – N 7. – С. 55-59. – НБ УлГТУ  
Об исследовании организационной культуры в российском и немецком банке.
292. **Соломанидина Т.** Организационная культура и климат: взаимозависимость и влияние на эффективность работы компании / Т. Соломанидина, В. Кишеня // Управление персоналом. – 2005. – N 4. – С. 55-57. – НБ УлГТУ  
Анализ определений организационного климата и организационной культуры.
293. **Стеклова О. Е.** Особенности корпоративной культуры предприятия / О. Е. Стеклова // Вузовская наука в современных условиях : тез. докл. 36 науч.-техн. конф. (28 янв.-3 февр.). – Ульяновск : УлГТУ, 2002. – Ч. 3. – С. 32-33.
294. **Стернин И.** Кино, обряд и слет / И. Стернин // Советник. – 2005. – N 2. – С. 43-44. – НБ УлГТУ  
Об истории формирования корпоративной культуры в Тюменской нефтяной компании.
295. **Стернин И.** Мода или необходимость? / И. Стернин // Советник. – 2005. – N 4. – С. 30-31. – НБ УлГТУ  
О создании, функциях и внедрении кодекса корпоративной этики.
296. **Стоянова В. А.** Оценка влияния организационной культуры предприятия на эффективность производительной деятельности / В. А. Стоянова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – N 1. – С. 3-9. – НБ УлГТУ  
Организационная культура является оболочкой любого предприятия. Определяя состояние социальной системы, организационная культура предприятия является важнейшим инструментом управления, лежащим в основе построения любой экономической модели. В статье автор предлагает свой подход к оценке диагностики организационной культуры предприятия.
297. **Субочев Н. С.** Организационная культура как социальный идеал / Н. С. Субочев // Социально-гуманитарные знания. – 2005. – N 2. – С. 285-293. – НБ УлГТУ  
В современных условиях важно выработать трактовки основных понятий, относящихся к содержанию, структуре и функциям организационной культуры. Понимание организационной культуры как социального идеала открывает перспективы для объяснения и углубленного изучения социокультурных явлений.
298. **Темницкий А. Л.** Справедливость в оплате труда как ценностная ориентация и фактор трудовой мотивации / А. Л. Темницкий // Социологические исследования. – 2005. – N 5. – С. 81-88. – Библиогр.: 10 назв. – НБ УлГТУ

Справедливость в оплате труда рассмотрена как ценностная ориентация, как важный элемент производственной ситуации и корпоративной культуры и как самостоятельный фактор мотивации труда наемных работников.

299. **Тикин В. С.** Традиционное стимулирование соперничества / В. С. Тикин // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства. – 2005. – N 3. – С. 74-80. – НБ УлГТУ

Основную идею статьи можно выразить в двух словах – "мотивирующие стимулы". Автор поднимает актуальную проблему. Почему при переходе к рыночным отношениям оказались невостребованными хорошо развитые при социализме формы организации и стимулирования труда? Статья для специалистов по организации и оплате труда, социологов, производственных психологов.

300. **Тимофеев М.** Золотые правила / М. Тимофеев // Трудовое право. – 2005. – N 4. – С. 76-85.

Попытка обобщения многовекового опыта внутрикорпоративных взаимоотношений.

301. **Тимофеев М.** Золотые правила / М. Тимофеев // Управление персоналом. – 2005. – N 6. – С. 26-35. – НБ УлГТУ

О правилах поведения в коллективе, касающихся как построения карьеры для молодых специалистов, так и укрепления авторитета руководителей.

302. **Титов Д.** Зачем вузу корпоративный кодекс? / Д. Титов // Советник. – 2005. – N 4. – С. 31-33. – НБ УлГТУ

О корпоративной культуре и корпоративном кодексе вузов.

303. **Торшина К.** Лидерство и корпоративная культура / К. Торшина // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 2. – С. 19-23. – НБ УлГТУ

О роли личности руководителя компании в развитии ценностей корпоративной культуры.

304. **Троцкий А. Р.** Организационная культура и ее проявления / А. Р. Троцкий ; под ред. Л. И. Волгина // Континуальные алгебраические логики, исчисления и нейроинформатика в науке и технике : тр. междунар. конф. (18-20 мая). – Ульяновск : УлГТУ, 2004. – Т. 1. – С. 142-144. – Библиогр.: 6 назв.

305. **Уткина Э. Ю.** Роль секретаря в формировании корпоративной культуры / Э. Ю. Уткина // Секретарское дело. – 2005. – N 3. – С. 10-15. – НБ УлГТУ

Культура организации рассматривается сегодня как фактор успеха. Секретарь является важнейшим звеном формирования корпоративной культуры организации.

306. **Файбисович Л. М.** "Да, были люди в наше время..." / Л. М. Файбисович // Делопроизводство и документооборот на предприятии. – 2005. – N 11. – С. 72-79.

В формировании корпоративной культуры и организационного развития

необходимы мотивационные ресурсы. Одним из таких ресурсов считается положительный пример или опыт. А в качестве такого примера предлагается история основателя молочной промышленности в России, предпринимателя, купца первой гильдии, миллионера Александра Васильевича Чичкина.

307. **Файбисович Л. М.** Human research management по-русски / Л. М. Файбисович // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2005. – N 8. – С. 84-93.

Сравниваются современные представления об управлении человеческими ресурсами организации и методы знаменитого сыродела России начала 20 века Чичкина Александра Васильевича.

308. **Федяева А.** Строим прочные связи / А. Федяева // Отдел кадров. – 2006. – N 7. – С. 129-133.

Какое значение имеют для крупного холдинга внутрикорпоративные коммуникации.

309. **Феофанов В. Ю.** Организационная культура и развитие организации / В. Ю. Феофанов // Вопросы культурологии. – 2006. – N 2. – С. 80-83.

Дано введение в проблематику организационной культуры: что такое организационная культура, ее роль во внедрении изменений в развитие компаний.

310. **Франц А. С.** Корпоративная культура университета (этико-аксиологический аспект) / А. С. Франц // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – N 2. – С. 26-30. – Библиогр.: 16 назв.

Рассматриваются содержание и структура гедонистической системы нравственных ценностей и особенности их воздействия на человека. Обосновывается необходимость учета данной системы ценностей при формировании корпоративной культуры университета.

311. **Хлынина М.** Нет случайностям! / М. Хлынина // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 12. – С. 61-63. – НБ УлГТУ

Как организовать корпоративное мероприятие, чтобы оно повысило лояльность персонала к компании и помогло создать эффективную команду.

312. **Хмелевский К.** Процесс культурной трансформации в корпорациях / К. Хмелевский // Международная экономика. – 2006. – N 4. – С. 55-58.

Рассмотрена структура культурного пространства корпорации. Понятие, принципы и функции культурной трансформации.

313. **Холмс Э.** Восприятие культуры, умение понимать эмоции и нейролингвистическое программирование / Э. Холмс // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – N 3. – С. 129-139. – НБ УлГТУ

В статье автор рассматривает умение менеджеров адаптироваться к корпоративной культуре, стать эффективным менеджером в консалтинговом бизнесе, умение понимать эмоции клиента и контролировать собственные.

314. **Цыцарова Н. М.** Корпоративная культура российских предприятий: тенденции развития / Н. М. Цыцарова // Социально-экономические проблемы развития регионов и муниципальных образований : материалы науч.-практ. конф. (1-6 февр.). – Ульяновск : УлГТУ, 2005. – С. 104-106.
315. **Цыцарова Н. М.** Анализ стратегических конкурентных преимуществ на основе применения культурного подхода / Н.М. Цыцарова; редкол. : В. В. Кузнецов, В. Н. Лазарев // Труды Ульян. науч. центра "Ноосферные знания и технологии". Секция "Экономика". – Ульяновск, 2006. – Т. 9, вып. 1. – С. 120-130. – Библиогр.: 5 назв.
316. **Цыцарова Н. М.** Корпоративная культура сквозь призму стратегического менеджмента / Н. М. Цыцарова // Вузовская наука в современных условиях : тез. докл. 40 науч.-техн. конф., 30 янв.-5 февр. – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – С. 161.
317. **Цыцарова Н. М.** Организационная культура как фактор развития организации / Н. М. Цыцарова // Социально-экономические проблемы развития регионов и муниципальных образований : материалы науч.-практ. конф. (1-6 февр.). – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – С. 122-129.
318. **Цыцарова Н. М.** Саморегулирование бизнеса на основе применения корпоративных кодексов деловой этики / Н. М. Цыцарова ; редкол. : В. В. Кузнецов, В. Н. Лазарев // Труды Ульян. науч. центра "Ноосферные знания и технологии". Секция "Экономика". – Ульяновск, 2006. – Т. 9, вып. 1. – С. 80-89.
319. **Цыцарова Н. М.** Тенденции развития корпоративной культуры в России и за рубежом / Н. М. Цыцарова // Социально-экономические проблемы развития регионов и муниципальных образований : материалы науч.-практ. конф. (1-6 февр.). – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – С. 139-153.
320. **Чехова О.** К вам потянутся! Работа над имиджем компании / О. Чехова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 2. – С. 67-71. – НБ УлГТУ  
Положительный имидж организации как средство мотивации сотрудников.
321. **Чинарова К.** "Карманная" школа: как создать корпоративный учебный центр / К. Чинарова // Управление компанией. – 2005. – N 2. – С. 44-47. – НБ УлГТУ  
Сегодня не обучает персонал только ленивый. Во многих компаниях приходят к выводу, что обучение лучше проводить своими силами, нежели приглашать специалистов со стороны. Как уверяют эксперты, при правильном подходе и наличии как минимум 100 тыс. долл. создать учебный центр совсем не сложно.
322. **Чинарова К.** Team-building, или "Потому что мы - команда! " / К. Чинарова // Управление компанией. – 2005. – N 3. – С. 36-37. – НБ УлГТУ  
Ни для кого не секрет, что бизнес – командный вид спорта. Сколотить эффективную команду, члены которой, объединенные корпоративными це-

лями, будут слаженно решать любые производственные вопросы (в том числе в условиях кризиса), – вот мечта любого собственника. Но всегда ли стоит с завидной регулярностью платить немалые деньги за выброс адреналина на тренинге и веселые лица сотрудников? Постараемся выяснить, насколько эффективны программы командообразования и как они содействуют развитию компании.

323. **Чугунова А.** Прочные связи / А. Чугунова // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – N 4. – С. 12-14. – НБ УлГТУ  
Как выстроить внутрифирменные коммуникации и повысить лояльность персонала.
324. **Чумакова Е.** Создание корпоративного университета: первый шаг / Е. Чумакова, Е. Сатановская // Справочник по управлению персоналом. – 2007. – N 1. – С. 80-83. – НБ УлГТУ  
Основная задача корпоративных университетов – обеспечение компании компетентными, соответствующими корпоративной культуре кадрами.
325. **Чуркина М.** Брэнд – это понимание / М. Чуркина, Н. Жадько // Управление персоналом. – 2005. – N 3. – С. 22-25. – НБ УлГТУ  
Интервью с генеральным директором компании "Большая перемена" Марией Чуркиной и программным директором Натальей Жадько о том, как создаются брэнды.
326. **Чурюмов С. Б.** Корпоративное гражданство / С. Б. Чурюмов // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2006. – N 6. – С. 14-27.  
Автор изучает понятие "корпоративное гражданство". Работникам крупных корпораций безразлично место их жительства и национальное гражданство.
327. **Чурюмов С. Б.** Корпоративный этнос / С. Б. Чурюмов // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2006. – N 6. – С. 28-35.  
Высшим приоритетом топ-менеджмента должно стать формирование корпоративного этноса, который сам будет бороться за существование этого бизнеса. Как это сделать, рассказано в статье.
328. **Шабанова А.** Внутренний корпоративный сайт как средство информационного обмена в компании / А. Шабанова // Управление персоналом. – 2005. – N 15. – С. 47-51. – НБ УлГТУ  
О правилах создания внутреннего корпоративного сайта для обеспечения эффективной системы информирования и коммуникации внутри компании.
329. **Шабельников И. В.** Корпоративная культура и реинжиниринг подразделения / И. В. Шабельников // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2005. – N 6. – С. 70-83.  
Предложена методика матричного анализа личностных характеристик, которая позволяет оценить знакомых между собой сотрудников по необходимым для формирования команды качествам.

330. **Шаповалов В. Н.** Корпоративная культура университета: в начале пути / В. Н. Шаповалов // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2005. – № 3. – С. 4-5. – НБ УлГТУ  
Новый взгляд на развитие организационной культуры университета на основе формирования системы корпоративных коммуникаций.
331. **Шаповалов В. Н.** Основные направления развития системы корпоративных коммуникаций на 2006 год / В. Н. Шаповалов // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – 2006. – № 1. – С. 77-78.  
Излагаются основные направления формирования интегрированной системы массовых корпоративных коммуникаций.
332. **Шинкаренко П.** Экономические и социальные проблемы корпоративного управления / П. Шинкаренко // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 2. – С. 119-126. – НБ УлГТУ  
Обзор выступлений участников "круглого стола" на тему "Корпоративное управление в России: проблемы, решения, перспективы (экономические и социальные аспекты)", состоявшегося 22 ноября 2005 года.
333. **Шкондин М. В.** Редакционная сфера и современные коммуникативные стратегии / М. В. Шкондин // Вестник Московского университета. Сер.10, Журналистика. – 2005. – № 1. – С. 9-17. – НБ УлГТУ  
При переходе к рыночному хозяйству, правовому государству, гражданскому обществу необходима перестройка информационной сферы.
334. **Шмидт В.** Взаимодействие внутри коллектива в системе управления организацией / В. Шмидт // Кадровик. – 2005. – № 4. – С. 43-47.  
Предложены четыре типа корпоративных культур: "Машина", "Мозг", "Хищник", "Маленькое войско". Рассмотрена структура организаций каждого типа. Приведен сравнительный анализ управления в организациях с корпоративной культурой каждого типа. Перечислены уровни корпоративной культуры. Приведены модели работы секретаря-референта в организациях разного типа.
335. **Шмидт В.** Профессиональное взаимодействие в системе управления организацией. Ч. 2 / В. Шмидт // Кадровик. – 2005. – № 6. – С. 91-94.  
Рассмотрено одно из направлений психологии менеджмента – междисциплинарное взаимодействие, т. е. взаимодействие между специалистами разного профиля.
336. **Щербаков Б.** Социальные программы не гарантируют лояльности персонала / Б. Щербаков // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – № 3. – С. 18-21. – НБ УлГТУ  
По мнению автора, все программы мотивации персонала можно разделить на две части: первая – компенсации и льготы, вторая – корпоративная культура.
337. **Юлина Т.** Управлять людьми, управлять целями / Т. Юлина // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – № 12. – С. 68-73. – НБ УлГТУ  
Представлен опыт выстраивания пирамиды целей компании.

338. **Юрасов И.** Корпоративная культура на местах / И. Юрасов // Управление компанией. – 2006. – № 5. – С. 51-54. – НБ УлГТУ  
Словосочетание "корпоративная культура" уже давно вошло в лексикон специалистов по менеджменту. Изучением данного явления в настоящее время занимаются психологи, социологи, экономисты, культурологи. В статье анализируются основные проблемы, связанные со структурированием корпоративной культуры современного промышленного холдинга; даются основанные на личном опыте рекомендации по их преодолению.
339. **Яблонскене Н. Л.** Корпоративная культура современного университета / Н. Л. Яблонскене // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 2. – С. 7-25. – Библиогр.: 29 назв.  
Рассматриваются сущность и структура корпоративной культуры, ее ценностные установки, формирование миссии, внешняя атрибутика и символы, механизмы развития. В частности, анализируются особенности вузовской корпоративной культуры, возможные механизмы ее выстраивания, коррекции и развития.
340. **Яковенко Н. В.** Принципы и функции корпоративной культуры и их развитие в организации / Н. В. Яковенко // Аспирант и соискатель. – 2006. – № 1. – С. 188-189. – Библиогр.: 13 назв.  
Рассматриваются принципы корпоративной культуры, которые дают возможность научно-обоснованного подхода к пониманию места и роли корпоративной культуры в формировании эффективной организации.
341. **Янбухтин Э. Х.** Интегрированные коммуникации в процессе управления репутационным капиталом / Э. Х. Янбухтин // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. – 2006. – № 6. – С. 45-49. – НБ УлГТУ  
Репутацию необходимо заслужить в коммуникационном взаимодействии с целевыми аудиториями.
342. **Яровой М.** Грабли мотивации / М. Яровой // Справочник по управлению персоналом. – 2006. – № 9. – С. 60-61. – НБ УлГТУ  
Мнение эксперта на проблемы, возникающие при создании системы мотивации.
343. **Яшманова В. А.** Менеджер и филолог: пространство для сотрудничества: межкультурный аспект организации коммерческих переговоров / В. А. Яшманова // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2005. – № 1. – С. 132-147. – Библиогр.: 22 назв.  
Одним из важнейших квалификационных требований современного менеджера становится знание основ межкультурной коммуникации в деловой среде, готовность понимать и учитывать особенности межкультурной коммуникации в деловых контактах, умение гибко реагировать на нестандартные ситуации.



## Именной указатель

Абрамов Р. Н.	49	Газзард Н.	85
Адаир Д.	2	Галкина Т. П.	16
Аксенов В.	134	Галныкина Г. Д.	17
Александров А.	135	Гвоздкова Г. Ю.	157
Алехина И.	4,5	Гиляревский Р. С.	158
Алешина И. В.	6	Головко Б. Н.	18
Алленбо Э.	7	Горбатько О. И.	286
Альгина М. В.	136	Горшкова О. В.	229
Аминов И. И.	8	Готлиб А. С.	19
Андронов В. В.	9	Гоулман Д.	20
Антипов К. В.	10	Грин Р.	21
Арутюнян М.	137	Гринюк Ж.	159
Архангельский Г.	138	Гританс Я. М.	22
Ахмаева Л. Г.	139	Грушин Б. А.	160
Баева О. А.	11	Гунбина С. Г.	161-163
Баженов Ю. К.	10	Гуревич Е.	164
Базученко В.	248	Гэндосси Р.	23
Бакулев Г. П.	140	Дайновская О.	165
Барановский К.	141	Данилевич Я. Б.	166
Баргер Н. Д.	39	Даулинг Г.	24
Барт Т. В.	142	Девятко И. Ф.	25
Батаршев А. В.	96	Деменко Е.	167
Батурина О.	143	Денисова Д.	168
Бахарев А.	144	Дзялошинский И. М.	169
Белов А. А.	12	Добреньков В. И.	29,30
Бендер П.	13	Добросклонская Т. Г.	170
Билькевич Н.	146	Доева С.	171
Блынская О. Е.	147	Долгова И. В.	172
Богомолова Н.	148,149	Дружинина Д.	173
Боргстром Л.	150	Дубовцев В. А.	174,175
Бороздина Г. В.	14	Ежова Н. Н.	31
Бортник Е. М.	118	Ермошкин А.	176
Боссиди Л.	15	Жадько Н.	325
Бояцис Р.	20	Жалило Б.	177
Бриггз А.	69	Завальный П.	178
Булатова Ю. А.	267	Закаблущкая Е.	179
Васенина Н.	151	Зарецкая Е. Н.	32
Васильченко Ю.	152	Засурский Я. Н.	180-185
Веремеева Н. П.	271	Захарова Е.	186
Верховская Е.	77	Зверинцев А. Б.	33
Виноградов А. В.	153	Зинченко Г. П.	40
Воинова Е. А.	154	Змановская Е. В.	34
Волгин Л. И.	304	Зырянова А.	187
Волгина М.	155	Ивкин А.	188
Волкова Е. А.	156	Игнатъев Д. И.	78

Ильинская И.	150,189	Корчагина Н.	214
Ирхин Ю. В.	190	Костакова Л.	215
Исопескуль О. Ю.	191	Костенчук И.	216,217
Ищенко А.	193	Костюченко А.	218
Ищенко С. Д.	194	Коханов Е. Ф.	50
Йонах Й.	195	Коханова Л. А.	51
Казанцев В. И.	36	Кошелева А.	77
Калигин Н. А.	37	Кошелюк М.	219,220
Калымбаев Д.	196	Кравченко А. И.	29,30,52,53
Камионский С. А.	38	Кравченко К.	221
Каммероу Д. М.	39	Кравченко К. А.	54
Камышанов А. А.	197	Крылов А. А.	102
Капитонов А. Э.	40	Крымчанинова М.	222
Капитонов Э. А.	40	Крюкова Е.	223
Карачевцева А.	198	Кузин Ф. А.	55,56
Карпова Е.	199	Кузина К. А.	275
Карпухин О. И.	200	Кузичев С. В.	224
Карташова Л. В.	41,42	Кузнецов В. В.	315,318
Карцев Е. А.	201	Кузнецов В. Ф.	57
Кацай М. Ю.	202,203	Кузнецов И. Н.	26,27
Кибанов А. Я.	130	Кузнецов М. А.	58
Кизер А.	76	Курбатова М. Б.	115
Кирби Л. Н.	39	Куртиков Н. А.	59
Кириллов Л.	204	Лавриненко В. Н.	93,94,108
Кириллова Д.	205	Лазарев В. Н.	315,318
Кирилловых Д. Ю.	206	Лачугина Ю. Н.	17, 35
Кирхлер Э.	43	Левашов В. К.	101
Киселева А. М.	100	Леонов Н.	225
Кишеня В.	292	Лимонов В.	226
Кларин М. В.	44	Литвак Б. Г.	61
Кнорринг В. И.	45	Лозовский Б. Н.	227
Кобли П.	69	Лукашук И. И.	62
Коваленко С. А.	166	Лукьянов А. С.	96
Коваленко Т. Д.	207	Магура М. И.	115
Ковальчук А. С.	46	Майер-Пести К.	43
Коган Е.	208	Макаревич Э. Ф.	200
Козлов А. В.	209	Макеева В. Г.	63
Козлова М. М.	47	Макки Э.	20
Колобов А. Д.	175	Максвелл Д.	64,65
Колтунова М. В.	48	Максименко О. И.	129
Комаровский В. С.	117	Мальшев А. А.	228
Кондратьев Э. В.	49	Мальханова И. А.	66,67
Коноваленко В. А.	210	Мальцева Г. И.	229,230
Коноваленко М. Ю.	210	Мамонов Е. А.	231
Коновалова Э.	211	Мариничева М.	232
Кононова Д. Е.	212	Маркелов К.	233
Константинова Н.	213	Марков С.	68

Мартынова М.	234	Пишняк А. И.	257
Маслов В. И.	235	Погодина Г.	258,259
Маслов Д.	236	Поляков А. А.	260
Махмутова А. Ш.	237	Пономарев А. В.	191
Межеричский Т.	238	Попов Б.	261
Менумеров А.	239	Потапов Д.	262
Мехлер Г. А.	70	Почепцов Г. Г.	92
Милкович Д. Т.	71	Протас Е. В.	263,264
Минаева Т. В.	240	Прохоров Е. П.	265
Минина В. Н.	241	Разводов С.	266
Михайлов В. А.	72,95,109	Райгородский Д. Я.	83
Михайлова А.	242	Райхельд Ф.	97
Михайлова Л. Я.	95	Реснянская Л. Л.	268
Могутнова Н. Н.	243	Роббинз С.	98
Морено Я. Л.	74	Ровенский Ю.	269
Морозов А. В.	75	Рогов Е. И.	99
Мосина Л.	244	Рогожников М.	270
Мурзин Д. А.	245	Рой О. М.	100
Мюллер А. П.	76	Ромазанова Е. Ш.	131
Никонова Т. В.	42	Ротман Д. Г.	271
Никулин Д.	246	Роше Г.	236
Новикова С. С.	79	Рулинский В.	272
Носс И. Н.	80	Рыгина Л. С.	273
Ньюман Д. М.	71	Рябова А.	274
Обидина Е. Ю.	247	Рябцева Е. Е.	275
Ольшевская А. С.	81	Самарина Е.	276
Ольшевский А. С.	81	Самоукина Н.	277
Орлов А. С.	84	Самохина Т. С.	103
Орлова Л. Д.	249	Самуйловская Е. М.	209
Осипов Г. В.	250	Сапунов Б. М.	278
Ослон А.	251	Сартан Г.	279,280
Оуэн Х.	85	Сатановская Е.	324
Оффенхойзер С.	252	Сафина А.	179
Павленок П. Д.	107	Сафонов В. Н.	240
Панасюк А. Ю.	86	Саяпин К.	281
Панов А. В.	87	Сбитнев А. В.	282
Панферова Н.	253	Свергун О.	1
Панфилова А. П.	88	Светуньков М. Г.	36
Панюкова В.	254	Свиткин М. З.	283
Папонова Н.	255	Семенова О.	284
Паулов С.	211	Семухина Е. В.	263,264
Пергаев Е. С.	291	Сергеев Ю.	285
Перминова Н. И.	256	Сергеева Т. Б.	286
Персикова Т. Н.	89	Сикевич З. В.	104
Песля Л. В.	209	Силантьев А.	178
Петрова Н. П.	90	Сильванович С.	287
Питерс Т.	91	Синикас А.	288

Смит Д.	105	Чумакова Е.	324
Соколов А.	289	Чуркина М.	325
Солганик Г. Я.	290	Чурюмов С. Б.	326,327
Соловьев А. В.	79	Шабанова А.	328
Соломанидин В. Г.	106	Шабельников И. В.	329
Соломанидина Т. О.	42,106,291, 292	Шаповалов В. Н.	330,331
Спивак В. А.	110,111	Шарков Ф. И.	121,122
Стеклова О. Е.	112,293	Шаталова Н. И.	82
Стернин И.	294, 295	Швец О. В.	291
Столяренко Л. Д.	113	Шейн Э.	123,124
Стоянова В. А.	296	Шейнов В. П.	125
Субочев Н. С.	297	Шеламова Г. М.	126
Темницкий А. Л.	298	Шепель В. М.	127
Тикин В. С.	299	Шинкаренко П.	332
Тимерманис И.	211	Широбокова А.	225
Тимофеев М.	300,301	Шкондин М. В.	333
Титов Д.	302	Шмидт В.	334,335
Титова Л. Г.	114	Щербаков Б.	336
Ткачева И.	171	Элвессон М.	128
Торшина К.	303	Эфрон М.	23
Травин В. В.	115	Юлина Т.	337
Троцкий А. Р.	304	Юрасов И.	338
Тулупов В. В.	3	Яблонскене Н. Л.	339
Тюрина И. О.	53	Ядов В. А.	132,133
Уилкоккс Д.	116	Яковенко Н. В.	340
Уткина Э. Ю.	305	Янбухтин Э. Х.	341
Файбисович Л. М.	306,307	Яровой М.	342
Федяева А.	308	Яшманова В. А.	343
Феофанов В. Ю.	309		
Франц А. С.	310		
Ханников А. В.	28		
Харрис Р.	119		
Хлынина М.	311		
Хмелевский К.	312		
Ходжсон В.	85		
Холмс Э.	313		
Хофманн Е.	43		
Хэйвуд Р.	120		
Цыкунов И. В.	58		
Цыпкин Ю. А.	102		
Цыцарова Н. М.	314-319		
Чаран Р.	15		
Черняева В.	151		
Чехова О.	320		
Чинарова К.	321,322		
Чугунова А.	323		

**Список журналов,  
статьи из которых включены в указатель**

1.	Актуальные проблемы современной науки
2.	Аспирант и соискатель
3.	БОСС. Бизнес: организация, стратегия, системы.
4.	Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика
5.	Вестник общественного мнения
6.	Вестник Российской академии наук
7.	Вестник Саратовского государственного технического университета
8.	Вестник Ульяновского государственного технического университета
9.	Внешнеэкономический бюллетень
10.	Вопросы культурологии
11.	Высшее образование в России
12.	Городское управление
13.	Государственная служба
14.	Гуманитарные исследования
15.	Делопроизводство и документооборот на предприятии
16.	Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки
17.	Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов
18.	Инновации в образовании
19.	Кадровая служба и управление персоналом предприятия
20.	Кадровик
21.	Культура: управление, экономика, право
22.	Маркетинговые коммуникации
23.	Международная экономика
24.	Менеджмент в России и за рубежом
25.	Менеджмент сегодня
26.	Менеджмент: теория и практика
27.	Методы менеджмента качества
28.	Мир образования - образование в мире
29.	Молодые в библиотечном деле
30.	Мониторинг общественного мнения
31.	Нефтепереработка и нефтехимия. Научно-технические достижения и передовой опыт
32.	Новости торговли
33.	Общество и экономика
34.	Отдел кадров
35.	Педагогика
36.	Право и образование
37.	Практический маркетинг
38.	Проблемы региональной экономики
39.	Проблемы теории и практики управления

40.	Промышленная политика в Российской Федерации
41.	Регион: экономика и социология
42.	Российская торговля
43.	Секретарское дело
44.	Служба кадров и персонал
45.	Советник
46.	Социально-гуманитарные знания
47.	Социологические исследования
48.	Социология
49.	Справочник кадровика
50.	Справочник по управлению персоналом
51.	Стандарты и качество
52.	Страховое дело
53.	Трудовое право
54.	Университетское управление: практика и анализ
55.	Управление компанией
56.	Управление персоналом
57.	Философия хозяйства
58.	Финансовый бизнес
59.	Человек и труд
60.	ЧиновникЪ
61.	ЭКО. Экономика и организация промышленного производства
62.	Экономика и управление
63.	Эксперт



# Содержание

Книги .....	3
Статьи .....	14
Именной указатель .....	41
Список журналов, статьи из которых включены в указатель .....	45