



Научно-исследовательский журнал «Педагогическое образование» / *Pedagogical Education*
<https://po-journal.ru>
2025, Том 6, № 2 / 2025, Vol. 6, Iss. 2 <https://po-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.8.1. Общая педагогика, история педагогики и образования (педагогические науки)
УДК 371.4

Роль корпоративной культуры на факультете в образовательной среде университета

¹ Быкадорова Е.С.,

¹ Сибирский государственный университет путей сообщения

Аннотация: в данной работе рассматриваются инновационные методы корпоративной культуры на факультете. Анализируются существующие практики по заявленному вопросу. Рассмотрена эмпирическая основа исследования методов корпоративной культуры на факультете.

Современный университет представляет собой сложную многоуровневую организацию с уникальной образовательной средой, обладающую значительным потенциалом для развития корпоративной культуры. Эта культура может оказать глубокое влияние на взаимодействие студентов и преподавателей, способствуя не только развитию командного духа, но и повышению общей эффективности образовательной деятельности. Цель работы связана с исследованием роли корпоративной культуры на факультете «Промышленное и гражданское строительство» в образовательной среде ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения». Высшие школы сталкиваются с необходимостью адаптации к изменениям в образовательной среде, требующим не только высоких стандартов знаний, но и формирования определенного ценностного и культурного контекста. Корпоративная культура, как совокупность ценностей, норм и традиций, играет важную роль в создании данной среды.

Исследование основано на анализе теоретической литературы, анализе эмпирических данных, опросе в виде анкетирования. Теоретической базой послужили теории и концепции, посвященные корпоративной культуре в вузах России. Эмпирическая основа исследования методов корпоративной культуры на факультете «Промышленное и гражданское строительство» включала в себя систематический сбор и анализ данных, направленных на изучение внутренней среды факультета, а также на выявление особенностей корпоративной культуры, влияющих на образовательный процесс и профессиональное развитие студентов.

Данные результаты могут быть использованы для совершенствования корпоративной культуры на факультете и в университете в целом. Сотрудничество студентов и преподавателей позволит разработать рекомендации по оптимизации существующих практик, внедрению новых инициатив и мероприятий. Это, в свою очередь, может привести к улучшению учебной атмосферы и повышению уровня вовлеченности студентов и преподавателей.

В результате изучения инновационных методов к корпоративной культуре в образовательной среде факультета «Промышленное и гражданское строительство» в ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения» исследование позволило глубже понять, как корпоративная культура влияет на взаимодействие, мотивацию и общую атмосферу на факультете, формируя тем самым уникальную образовательную среду. Сохранение и увеличение контингента на факультете стало важным фактором применения методов корпоративной культуры на факультете.

Ключевые слова: высшее образование, образовательная среда, корпоративная культура, методы корпоративной культуры, академическая мотивация, взаимодействие, вовлеченность, позитивная учебная атмосфера

Для цитирования: Быкадорова Е.С. Роль корпоративной культуры на факультете в образовательной среде университета // Педагогическое образование. 2025. Том 6. № 2. С. 6 – 14.

Поступила в редакцию: 11 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 04 февраля 2025 г.; Принята к публикации: 28 февраля 2025 г.

The role of corporate culture in the faculty in the educational environment of the university

¹ Bykadorova E.S.,
¹ Siberian State Transport University

Abstract: this paper considers innovative methods of corporate culture at the faculty. The existing practices on the stated issue are analyzed. The empirical basis of the research of methods of corporate culture at the faculty is considered.

The modern university is a complex multi-level organization with a unique educational environment, which has a significant potential for the development of corporate culture. This culture can have a profound impact on the interaction between students and faculty, contributing not only to the development of team spirit, but also to the overall effectiveness of educational activities. The purpose of the work is related to the study of the role of corporate culture at the Faculty of "Industrial and Civil Engineering" in the educational environment of Siberian State Transport University. Higher schools face the need to adapt to changes in the educational environment, requiring not only high standards of knowledge, but also the formation of a certain value and cultural context. Corporate culture as a set of values, norms and traditions plays an important role in creating this environment.

The research is based on the analysis of theoretical literature, analysis of empirical data, survey in the form of questionnaires. The theories and concepts devoted to corporate culture in Russian universities served as the theoretical basis. The empirical basis of the study of corporate culture methods at the Faculty of "Industrial and Civil Engineering" included the systematic collection and analysis of data aimed at studying the internal environment of the faculty, as well as to identify the features of corporate culture that affect the educational process and professional development of students.

These results can be used to improve the corporate culture at the faculty and the university as a whole. Collaboration between students and faculty will allow for the development of recommendations for optimizing existing practices and introducing new initiatives and activities. This, in turn, can lead to an improved learning atmosphere and higher levels of student and faculty engagement.

As a result of the study of innovative methods to the corporate culture in the educational environment of the Faculty of "Industrial and Civil Engineering" in Siberian State Transport University, the research has allowed to understand more deeply how the corporate culture affects the interaction, motivation and general atmosphere at the faculty, thus forming a unique educational environment. Retention and increase of the contingent at the faculty became an important factor in applying the methods of corporate culture at the faculty.

Keywords: higher education, educational environment, corporate culture, corporate culture methods, academic motivation, interaction, engagement, positive learning atmosphere

For citation: Bykadorova E.S. The role of corporate culture at the faculty in the educational environment of the university. Pedagogical Education. 2025. 6 (2). P. 6 – 14.

The article was submitted: January 11, 2025; Approved after reviewing: February 04, 2025; Accepted for publication: February 28, 2025.

Введение

Современный университет представляет собой сложную многоуровневую организацию с уникальной образовательной средой, обладающую значительным потенциалом для развития корпоративной культуры. Эта культура может оказать глубокое влияние на взаимодействие студентов и преподавателей, способствуя не только развитию командного духа, но и повышению общей эффективности образовательной деятельности. Таким образом, развитие корпоративной культуры в вузах является актуальной задачей, способствующей подготовке высококвалифицированных и социально ответственных специалистов, готовых к вызовам современного мира.

Высшие школы сталкиваются с необходимостью адаптации к изменениям в образовательной среде, требующим не только высоких стандартов знаний, но и формирования определенного ценностного и культурного контекста. Корпоративная культура, как совокупность ценностей, норм и традиций, играет важную роль в создании данной среды. Она формирует идентичность факультетов и университета в целом, влияет на мотивацию студентов и сотрудников, а также способствует инновационному развитию образования. При этом

корпоративная культура на факультете может стать мощным инструментом как для адаптации, поддерживая единство целей и методов обучения среди преподавателей и студентов, так и обеспечивая высокую конкуренцию среди вузов. Факультеты с развитой корпоративной культурой способны привлекать и удерживать талантливых студентов и профессорско-преподавательский состав, что является необходимым условием для повышения их конкурентоспособности на рынке образовательных услуг [1, 2].

Современное общество предъявляет высокие требования к выпускникам вузов, которые должны обладать не только глубокими знаниями и высокой квалификацией, но и способностью эффективно работать в команде. Командный дух является одним из ключевых факторов, способствующих успешной деятельности коллектива, и его формирование у студентов вузов становится необходимым условием для подготовки конкурентоспособных специалистов. [3].

Проблема исследования – в современных условиях высшего образования, когда университеты сталкиваются с необходимостью адаптации к быстро меняющимся требованиям рынка труда и образовательной среды, важность корпоративной культуры становится все более очевидной. Корпоративная культура, как совокупность ценностей, норм и традиций, может существенно влиять на взаимодействие между студентами и преподавателями, а также на общую атмосферу в учебном заведении и на сохранение контингента факультета. Однако, несмотря на признание ее значимости, многие факультеты не имеют четко сформулированных стратегий по развитию и поддержанию корпоративной культуры, что может негативно сказываться на образовательном процессе и мотивации студентов.

Наше исследование направлено на рассмотрение инновационных методов корпоративной культуры на факультете.

Объект исследования – факультет «Промышленное и гражданское строительство» ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»

Предмет исследования – инновационные методы и практики корпоративной культуры, применяемые на факультете «Промышленное и гражданское строительство».

В связи с этим цель работы связана с исследованием роли корпоративной культуры на факультете «Промышленное и гражданское строительство» в образовательной среде ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения».

Задачи исследования:

- 1) подчеркнуть роль образовательной среды вуза и провести анализ существующих подходов к определению и пониманию корпоративной культуры в университете.
- 2) изучить опыт внедрения успешных практик корпоративной культуры в различных университетах.
- 3) рассмотреть инновационные методы корпоративной культуры и оценить их влияние на академическую мотивацию студентов и преподавателей, их взаимодействие и сотрудничество на факультете «Промышленное и гражданское строительство» в образовательной среде ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения» и на сохранении контингента факультета.

В рамках решения первой задачи рассмотрим роль образовательной среды вуза, которая представляет собой динамичную и многофункциональную структуру, охватывающую не только академическую составляющую, но и социальные, культурные и психологические аспекты, в совокупности влияющие на формирование корпоративной культуры факультетов [1].

Значимая роль образовательной среды заключается в формировании и развитии ценностей и норм. Образовательная среда вуза служит основой для формирования корпоративных ценностей и норм, присущих конкретному факультету. Академические традиции, этика преподавания и учения, а также повседневные практики взаимодействия между преподавателями и студентами создают уникальную атмосферу, способствующую формированию идентичности как отдельного образовательного учреждения, так и его подразделений. Являясь основой корпоративной культуры, эти ценности влияют на общение, совместные практики и стиль управления.

В результате необходимо отметить, что образовательная среда вуза существенно влияет на развитие корпоративной культуры факультетов, являясь местом, где формируются ценности, нормы и отношения. Создание здоровой и поддерживающей образовательной среды не только улучшает качество образования, но и формирует общее понимание, что корпоративная культура является важным фактором успешного функционирования всего учебного заведения. Таким образом, внимание к образовательной среде является необходимым условием для эффективного развития корпоративной культуры, что, в свою очередь, влияет на успех и конкурентоспособность факультетов и вуза в общем.

В последние годы, в результате реформирования высшего образования, университеты столкнулись с необходимостью пересмотра своих функций и стратегий, что вызвано изменяющейся природой образовательного

рынка. Новые требования подразумевают необходимость достижения коммерческой эффективности, а также подготовки специалистов, способных успешно конкурировать на рынке труда. Поэтому далее изучим и проанализируем определения понятия «корпоративная культура» в вузах.

Согласно мнению В.А. Спивак, «корпоративная культура» представляет собой «сложное, многослойное, динамичное явление, включающее как материальное, так и духовное в поведении организации по отношению к субъектам внешней среды и к собственным сотрудникам» [4].

Е.Ф. Власова указывает на то, что корпоративная культура – это сфера деятельности каждого человека, где он проявляет свои личностные качества, решая поставленные руководством задачи и возникающие проблемы. Она отмечает, что для достижения командного и личного успеха необходимо грамотно подходить к организации межличностного общения студентов [5].

По мнению Г.Ф. Арстангалиевой, «корпоративная культура студента представляет собой интегративное качество, представленное в аксиологических, когнитивных, деятельностных и личностных компонентах, формирующееся в процессе учебно-познавательной деятельности в образовательном пространстве образовательного учреждения» [6].

На основе представленных определений можно сделать вывод о том, что корпоративная культура в образовательных учреждениях может рассматриваться как сложный и многогранный феномен, способствующий не только развитию профессиональных навыков, но и формированию социальных и личностных качеств студентов. Эффективная корпоративная культура создает условия для успешного взаимодействия, поддержки инновационных подходов в обучении и способствует целостному развитию будущих специалистов.

Далее рассмотрим вторую задачу и для ее решения проанализируем разнообразный опыт внедрения корпоративной культуры в образовательную среду вуза. Анализ опыта пяти вузов в отношении корпоративной культуры показывает различные подходы и стратегии, направленные на усиление этой культуры и повышение качества образования.

Так, в Кубанском государственном университете акцентируется внимание на осведомленности студентов о своем учебном заведении. В работе особое внимание уделяется корпоративным печатным изданиям как инструменту для формирования и укрепления корпоративной культуры. Такой подход подчеркивает важность коммуникации и обмена информацией внутри факультета и методов повышения привязанности студентов к университету и его истории [7].

В Бурятском государственном университете для анализа корпоративной культуры выбрали метод эмпирического исследования с участием студентов разных курсов. Применение критерии и показателей для оценки уровня корпоративной культуры отражает системный подход к исследованию, что позволяет выявить слабые места и наметить пути улучшения корпоративной культуры в учебном заведении [8].

Исследование в Российской университете дружбы народов выявило, что академические ценности и ритуалы играют значимую роль в формировании положительной репутации вуза. Здесь подчеркивается важность традиций и культурных практик, способствующих укреплению внутренних связей между профессорско-преподавательским составом и студентами, а также формированию общественного имиджа учебного заведения [9].

В Финансовом университете при Правительстве РФ (Краснодарский филиал) в исследовании показана высокая степень осознания респондентами миссии и ценностей университета. Поддержание традиций и забота о ветеранах учебного заведения свидетельствует о глубоком уважении к истории, что может способствовать формированию сплоченного сообщества. Данные о соблюдении дресс-кода и наличии доверительных отношений в коллективе подчеркивают важность внешних и внутренних знаков корпоративной культуры [10].

В ядерном университете МИФИ акцентируется внимание на необходимости адаптации к современным требованиям образовательной среды и запросам рынка. Успешное развитие достигается через создание привлекательной академической среды, в которую входит не только качественное образование, но и активное сотрудничество с работодателями. Поддержание высококвалифицированного и мотивированного преподавательского состава также играет ключевую роль в формировании корпоративной культуры, основанной на общих ценностях и целях [11].

Таким образом, опыт названных вузов показывает, что корпоративная культура является многогранным феноменом, который формируется через различные средства, включая осведомленность о традициях, вовлеченность студентов в жизнь университета, активное сотрудничество с внешними партнерами и четкое понимание миссии учреждения. Эффективная корпоративная культура способствует не только повышению качества образования, но и созданию гармоничной образовательной среды, в которой формируются специалисты, готовые к вызовам современного мира.

Материалы и методы исследований

Исследование основано на анализе теоретической литературы, анализе эмпирических данных, опросе в виде анкетирования. Теоретической базой послужили теории и концепции, посвященные корпоративной культуре в вузах России. Эмпирическая основа исследования методов корпоративной культуры на факультете «Промышленное и гражданское строительство» включала в себя систематический сбор и анализ данных, направленных на изучение внутренней среды факультета, а также на выявление особенностей корпоративной культуры, влияющих на образовательный процесс и профессиональное развитие студентов. Так же в рамках эмпирического исследования проведено анкетирование.

Выборку исследования составили 60 студентов и 10 преподавателей, а также представителей администрации вуза.

Результаты и обсуждения

Для решения третьей задачи в рамках нашей работы рассмотрим ряд методов корпоративной культуры и оценим ее влияние на академическую мотивацию студентов и преподавателей, их взаимодействие и сотрудничество на факультете «Промышленное и гражданское строительство» в образовательной среде ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения» и на со.

Значимым методом в рамках корпоративной культуры факультета «Промышленное и гражданское строительство» является создание атмосферных стендов. В работах Д.А. Карпова подчеркивается значимость выставочной деятельности как инструмента цифрового развития в сегменте высшего образования [12, 13]. Также в работе [14] особое внимание уделяется тому факту, что многие государственные университеты страны проводят выставочные мероприятия с целью демонстрации своего учебного заведения по основным направлениям, таким как качество образовательного процесса, обеспечение жильем и другие аспекты. Выставочные мероприятия играют важную роль в процессе получения образования, поскольку они наглядно демонстрируют методики работы и обстановку в учебных заведениях.

В 2024 г. на факультете «Промышленное и гражданское строительство» было представлено восемь атмосферных стендов, которые служат важным инструментом для укрепления корпоративной культуры и формирования сообщества среди студентов и профессорско-преподавательского состава. Стенд «Весенняя улыбка!» представляет собой яркое оформление, посвященное праздникам 23 февраля и 8 марта, и создает атмосферу радости и оптимизма. Он не только подчеркивает значимость праздников, но и способствует укреплению студенческих связей, становясь символом весны на факультете. Использование корпоративных флагов и шариков с тематическими надписями дополнительно усиливает объединяющий эффект стенда, что напоминает всем о важности дружбы и поддержки в учебном процессе.

Фотовыставка «Архитектура городов Сибири» продолжает эту традицию, представляя культурное наследие Восточной и Западной Сибири, и демонстрирует архитектурную красоту таких городов, как Красноярск, Новосибирск, Барнаул, Томск и Бийск. Каждый из этих городов имеет свою историю и уникальные черты, что способствует укреплению идентичности студентов как представителей сибирской культуры. Выставка не только информирует участников о значимости этих населенных пунктов, но и пробуждает интерес к богатству и разнообразию их архитектурных стилей, что является важным аспектом для будущих бакалавров и магистров. Обучающихся на факультете «Промышленное и гражданское строительство».

Стенды, посвященные Дню космонавтики и Дню Победы, в свою очередь, воспитывают патриотизм и уважение к истории страны и значимости Великой Победы. На стенде «Путь к звездам» представлены ключевые фигуры космической эры и достижения российской науки, вдохновляя студентов на новые высоты в учебе и жизни. В преддверии Дня Победы стенд с рисунками, которые создавались студентами и сотрудниками факультета, способствует осмыслинию подвигов, совершенных в ходе Великой Отечественной войны, укрепляя чувство единства и гордости у студентов и профессорско-преподавательского состава. В результате, можно сказать, что атмосферные стены не только обогащают культурную среду на факультете, но и формируют общее чувство принадлежности к факультету и университету в целом.

Следующим методом корпоративной культуры является создание корпоративных шарфов факультета. В преддверии оборонно-спортивной эстафеты активисты выпустили шарфы в трех цветах, которые не только согревают в холодную погоду, но и становятся стильным аксессуаром для повседневной жизни на различных мероприятиях. Это инициатива подчеркивает единство студентов и создает визуальную идентификацию факультета, способствуя его популяризации и сплочению всех участников образовательного процесса.

Другим важным методом является смотр-конкурс «Лучшая комната студенческого общежития», который проходит ежегодно в марте и апреле. Это традиционное мероприятие позволяет студентам проявить

креативность и создать комфортное пространство в своих комнатах. Конкурс не только способствует улучшению жилищных условий, но и становится площадкой для формирования корпоративного духа. В этом году одним из призов для победителей стала интерьерная подушка с надписью «Лучшая комната» и корпоративным знаком факультета, что символизирует признание их усилий и создает положительную атмосферу среди студентов.

Корпоративные ручки, разработанные активистами факультета, представляют собой еще один метод укрепления корпоративной культуры. Эти ручки раздаются на кураторских часах в самом начале сентября и на других мероприятиях, отражая современные реалии студентов. Выполненные в зеленом и белом цветах в 2024 г., ручки символизируют связь с природой и стремление к новым высотам. Уникальные слоганы, присутствующие на каждой ручке, не только поднимают настроение, но и служат напоминанием о важности строительной профессии и о том, что студенты являются строителями своего будущего.

Наконец, создание новогодней фотозоны студентами первого курса и ФПО ПГС в декабре завершает год, укрепляя традиции и создавая атмосферу праздника, благодаря чему студенты могут проявить свои творческие способности и сплоченность. Эти методы значительно дополняют корпоративную культуру на факультете и способствуют формированию дружеской и продуктивной образовательной среды [15, 16].

Эмпирическое исследование, охватывающее применение инновационных методов корпоративной культуры на факультете «Промышленное и гражданское строительство», было проведено с выборкой из 115 студентов и 10 преподавателей. Основное внимание было удалено практикам, направленным на укрепление корпоративной культуры, созданию позитивной образовательной среды и повышению уровня вовлеченности участников учебного процесса.

Проведенное эмпирическое исследование позволило выявить ряд значительных результатов, подтверждающих роль и значимость корпоративной культуры на факультете. В результате реализации описанных мероприятий наблюдалось значительное увеличение уровня вовлеченности студентов и преподавателей. Опросы показали, что 85% участников мероприятий отметили свое желание участвовать в будущем в подобных акциях, что указывает на растущее чувство принадлежности к сообществу факультета.

Студенты отмечали, что атмосферные стенды и совместные конкурсы способствовали улучшению взаимодействия между различными группами студентов и преподавателей. 78% респондентов указали, что такие мероприятия помогают лучше узнать друг друга и взаимопонимание. В ходе анализа результатов кулинарного конкурса и смотра-конкурса в общежитии, 80% участников выразили мнение, что эти мероприятия создают положительное настроение и способствуют формированию дружеской атмосферы на факультете. Практики совместных мероприятий, включая новогоднюю фотозону, способствовали усилению командного духа. 90% студентов отметили важность работы в команде и совместного творческого процесса для формирования позитивной атмосферы. В анкетировании преподаватели отметили, что инновационные методы корпоративной культуры положительно сказываются на формировании у студентов таких ценностей, как сотрудничество, уважение и поддержка, что, в свою очередь, влияет на академическую мотивацию.

Эмпирическое исследование, сосредоточенное на применении инновационных методов корпоративной культуры на факультете «Промышленное и гражданское строительство», подтвердило позитивные изменения в образовательной среде. Участие студентов и преподавателей в различных мероприятиях способствовало значительному повышению уровня вовлеченности, улучшению коммуникации и созданию положительной атмосферы. Таким образом, корпоративная культура становится неотъемлемой частью образовательного процесса, играя ключевую роль в эффективном и гармоничном взаимодействии участников.

Выводы

Необходимо сделать вывод о значимости корпоративной культуры в образовательной среде факультета «Промышленное и гражданское строительство» в ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения». Исследование, проведенное в рамках этой работы, позволило глубже понять, как корпоративная культура влияет на взаимодействие, мотивацию и общую атмосферу на факультете, формируя тем самым уникальную образовательную среду.

1. Согласно поставленным задачам, в первой части работы была подчеркнута роль образовательной среды вуза и проведён анализ существующих подходов к определению корпоративной культуры. Это позволило выявить ключевые аспекты и факторы, которые способствуют формированию позитивной культуры, включая открытость, сотрудничество и поддержку внутри академического сообщества. Такой подход создает благоприятные условия для взаимодействия студентов и преподавателей, способствует формированию доверия и взаимоуважения, что, в свою очередь, усиливает качество образовательного процесса.

2. Во второй части работы был изучен опыт успешных практик корпоративной культуры в разных вузах. Полученные результаты продемонстрировали, что внедрение определенных мероприятий, акций и инициатив может значительно повысить вовлеченность студентов и преподавателей, а также усилить чувство принадлежности к участникам образовательного процесса. Эти примеры могут служить моделями, которые факультет может адаптировать под свои нужды, что повысит значимость и результативность корпоративной культуры.

3. Третья часть исследования сосредоточилась на рассмотрении методов корпоративной культуры и оценке их влияния на академическую мотивацию и сотрудничество. Данные, собранные по этому направлению, подтвердили, что позитивные практики корпоративной культуры не только способствуют повышению мотивации студентов, но и укрепляют связь между преподавателями и учащимися. Это создает обстановку, которая вдохновляет на достижения и успехи в учебе и профессиональной деятельности.

Список источников

1. Гордеева П.А., Тарасов Д.Ю. Образовательная среда вуза: основные контуры исследования // Психо-педагогика в правоохранительных органах. 2024. Т. 29. № 3 (98). С. 266 – 273. DOI: 10.24412/1999-6241-2024-398-266-273.
2. Мельник Д.В., Юнов С.В. Формирование корпоративной культуры студентов вуза посредством корпоративной литературы // Инновационное развитие профессионального образования. 2023. № 4 (40). С. 33 – 39.
3. Будаева Э.В. Корпоративная культура в образовательной среде университета // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2022. Т. 17. № 4. С. 124 – 130. DOI: 10.21209/2658-7114-2022-17-4-124-130.
4. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. СПб.: Питер, 2001. 345 с.
5. Власова Е.Ф. Корпоративная культура как механизм управления // Современная Россия: путь к миру – путь к себе: материалы XI Всерос. науч.-практ. конференции Гуманитарного университета. Екатеринбург, 10-11 апреля 2008 года. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2008. Т. 1. С. 431 – 433.
6. Арстангалаева Г.Ф. Педагогические условия успешной реализации модели формирования корпоративной культуры студента в открытом образовательном пространстве колледжа // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2011. № 1. С. 78 – 81.
7. Мельник Д.В., Юнов С.В. Формирование корпоративной культуры студентов вуза посредством корпоративной литературы // Инновационное развитие профессионального образования. 2023. № 4 (40). С. 33 – 39.
8. Будаева Э.В. Корпоративная культура в образовательной среде университета // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2022. Т. 17. № 4. С. 124 – 130. DOI: 10.21209/2658-7114-2022-17-4-124-130.
9. Глаголева А.В. Земская Ю.Н., Качесова И.Ю., Кузнецова Е.А. Академический дискурс и корпоративная культура современного университета // Лингвокритическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2021. № 26-1. С. 81 – 86.
10. Воргунова В.Р. Корпоративная культура как ценностная основа функционирования современного университета // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 1 (35). С. 87 – 89.
11. Локтионова Е.А., Сарапульцева Е.И. Корпоративная культура университета как фактор развития международных образовательных программ // Управление образованием: теория и практика. 2024. № 8-1. С. 141 – 156. DOI: 10.25726/h2967-8213-4640-d.
12. Карпов Д.А. Управление конгрессно-выставочной деятельностью как инструмент цифрового развития в сегменте высшего образования // Актуальные вопросы науки и образования: сборник материалов XI Международной научно-практической конференции. Москва, 25 сентября 2024 года. Москва: Издательство АНО ДПО «ЦРОН», 2024. С. 284 – 291. DOI 10.26118/6787.2024.17.16.058.
13. Карпов Д.А., Глухов В.В. Конгрессно-выставочная деятельность университета как инструмент повышения качества образования // Качество образования и устойчивое развитие - основа международного сотрудничества: материалы конференции Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого в рамках программы Петербургского Международного экономического форума. Санкт-Петербург, 07 июня 2024 года. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2024. С. 212 – 216.

14. Яковлева С.Ю., Воловода А.В. Тенденции развития конгрессно-выставочной деятельности в контексте привлечения туристских потоков в дестинацию // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства: сборник научных статей XVI Международной практической конференции. Санкт-Петербург, 08 июля 2020 года / под редакцией О.Н. Кострюковой, Г.А. Карповой, О.В. Архиповой, О.А. Максимовской. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. С. 150 – 162.

15. Быкадорова Е.С. Направления воспитательной деятельности на факультете «Промышленное и гражданское строительство» ФГБОУ во СГУПС // Территория науки и образования. 2024. № 2. С. 23 – 26.

16. Быкадорова Е.С. Воспитательная деятельность (на примере факультета Промышленное и гражданское строительство ФГБОУ во СГУПС) // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. № 4-1 (79). С. 32 – 36. DOI: 10.24412/2500-1000-2023-4-1-32-36.

References

1. Gordeeva P.A., Tarasov D.Yu. Educational environment of the university: main contours of the study. *Psychopedagogy in law enforcement agencies*. 2024. Vol. 29. No. 3 (98). P. 266 – 273. DOI: 10.24412/1999-6241-2024-398-266-273.
2. Melnik D.V., Yunov S.V. Formation of corporate culture of university students through corporate literature. *Innovative development of professional education*. 2023. No. 4 (40). P. 33 – 39.
3. Budaeva E.V. Corporate culture in the educational environment of the university. *Scientific notes of the Zabaikalsky State University*. 2022. Vol. 17. No. 4. P. 124 – 130. DOI: 10.21209/2658-7114-2022-17-4-124-130.
4. Spivak V.A. *Corporate Culture: Theory and Practice*. SPb.: Piter, 2001. 345 p.
5. Vlasova E.F. *Corporate Culture as a Management Mechanism. Modern Russia: the Path to Peace is the Path to Oneself*: Proceedings of the XI All-Russian scientific and practical conference of the Humanitarian University. Ekaterinburg, April 10-11, 2008. Ekaterinburg: Humanitarian University, 2008. Vol. 1. P. 431 – 433.
6. Arstangaleeva G.F. Pedagogical conditions for the successful implementation of the model for the formation of a student's corporate culture in the open educational space of the college. *Intelligence. Innovations. Investments*. 2011. No. 1. P. 78 – 81.
7. Melnik D.V., Yunov S.V. Formation of the corporate culture of university students through corporate literature. *Innovative development of professional education*. 2023. No. 4 (40). P. 33 – 39.
8. Budaeva E.V. Corporate culture in the educational environment of the university. *Scientific notes of the Zabaikalsky State University*. 2022. Vol. 17. No. 4. P. 124 – 130. DOI: 10.21209/2658-7114-2022-17-4-124-130.
9. Glagoleva A.V., Zemskaya Yu.N., Kachesova I.Yu., Kuznetsova E.A. Academic discourse and corporate culture of a modern university. *Lingvo-rhetorical paradigm: theoretical and applied aspects*. 2021. No. 26-1. P. 81 – 86.
10. Vorogunova V.R. Corporate culture as a value basis for the functioning of a modern university. *Scientific electronic journal Meridian*. 2020. No. 1 (35). P. 87 – 89.
11. Loktionova E.A., Sarapultseva E.I. Corporate culture of the university as a factor in the development of international educational programs. *Education Management: Theory and Practice*. 2024. No. 8-1. P. 141 – 156. DOI: 10.25726/h2967-8213-4640-d.
12. Karpov D.A. Management of congress and exhibition activities as a tool for digital development in the higher education segment. *Actual issues of science and education: collection of materials of the XI International scientific and practical conference*. Moscow, September 25, 2024. Moscow: Publishing house of ANO DPO "CRON", 2024. P. 284 – 291. DOI 10.26118/6787.2024.17.16.058.
13. Karpov D.A., Glukhov V.V. Congress and exhibition activities of the university as a tool for improving the quality of education. *Quality of education and sustainable development - the basis of international cooperation: proceedings of the conference of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University within the framework of the program of the St. Petersburg International Economic Forum*. St. Petersburg, June 7, 2024. St. Petersburg: Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, 2024. P. 212 – 216.
14. Yakovleva S.Yu., Volovoda A.V. Trends in the development of congress and exhibition activities in the context of attracting tourist flows to the destination. *Actual problems of the development of the hospitality industry: collection of scientific articles of the XVI International Practical Conference*. St. Petersburg, July 8, 2020. Edited by O.N. Kostryukova, G.A. Karpova, O.V. Arkhipova, O.A. Maksimovskaya. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University of Economics, 2021. P. 150 – 162.

15. Bykadorova E.S. Areas of educational activities at the Faculty of Industrial and Civil Engineering of the Federal State Budgetary Educational Institution at SUSPS. Territory of Science and Education. 2024. No. 2. P. 23 – 26.

16. Bykadorova E.S. Educational activities (on the example of the Faculty of Industrial and Civil Engineering of the Federal State Budgetary Educational Institution at SUSPS). International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2023. No. 4-1 (79). P. 32 – 36. DOI: 10.24412/2500-1000-2023-4-1-32-36.

Информация об авторах

Быкадорова Е.С., кандидат педагогических наук, доцент, доцент, ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения», bykadorova_es@mail.ru

© Быкадорова Е.С., 2025
