

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/glava-diploma/371076>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Менеджмент

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ФАКТОРА ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ.....	
1.1 Понятие корпоративной культуры: виды, задачи и функции. Соотношение понятий корпоративная и организационная культура.....	
1.2 Роль корпоративной культуры в процессе организационного развития предприятия.....	
1.3 Модели структуры организационной культуры.....	
2 ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ЗАПАДНОГО ФИЛИАЛА РАНХИГС).....	
2.1 Ключевые этапы процесса формирования корпоративной культуры....	
2.2 Диагностический этап процесса формирования корпоративной культуры Западного филиала РАНХИГС.....	
2.3 Практические мероприятия и методические рекомендации по формированию корпоративной культуры Западного филиала РАНХИГС.....	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	

Однажды установленная, через фазы роста и упадка, культура поддерживается с помощью существующих в организации практик и процедур, которые формируют правильный опыт для сотрудников. Многие практики управления персоналом укрепляют организационную культуру. К ним относятся: процесс отбора, критерии оценки эффективности, система вознаграждения, управление обучением и карьерой, продвижение по службе. Все эти процедуры направлены на наказание и увольнение людей, которые соответствуют этой организационной культуре.

Формирование корпоративной культуры — длительный и сложный процесс. Основными (первыми) этапами этого процесса должны быть: определение миссии организации; определение основных ценностей. И уже на основе базовых ценностей вырабатываются нормы поведения членов организации, традиции и символы. Таким образом, формирование корпоративной культуры делится на следующие четыре этапа:

1. Определение миссии организации, основных ценностей;
2. Разработка стандартов поведения для членов организации;
3. Формирование традиций организации;
4. Разработка символов.

Очень удобно и уместно описать все эти шаги и их результаты в таком документе, как корпоративное руководство. Этот документ особенно полезен в случаях найма и ориентации новых сотрудников и позволяет практически сразу понять, насколько потенциальный сотрудник разделяет ценности организации.

На каждом этапе формирования корпоративной культуры перед организатором стоят определенные задачи — кратко коснусь некоторых из них.

Этап 1. По мнению менеджеров, создание корпоративной системы ценностей является ответом на следующие вопросы:

Что мы делаем?

Чем мы хороши?

На что мы способны?

Какие у нас отношения в жизни?

Каков наш план?

В чем польза нашего бизнеса для наших клиентов, сотрудников компании, партнеров?

Где мое личное место в общем плане развития?

Ценности должны удовлетворять потребности людей, важна причина, по которой они занимаются тем или иным делом, конкретной должностью, конкретным коллегой или конкретной зарплатой.

Другими словами, сила организационной культуры определяет как минимум два важных фактора: степень, в которой члены организации принимают основные ценности компании, и степень, в которой они привержены этим ценностям.

2 этап. Сложность поддержания необходимого уровня организационной культуры заключается в том, что вновь принятые сотрудники привносят не только новые идеи и индивидуальные подходы к решению профессиональных задач, но и собственные ценности, мнения и убеждения. Индивидуальные ценности сотрудников могут существенно встряхнуть устоявшиеся культурные ценности внутри организации. Для поддержания существующей системы культурных ценностей организации необходимо постоянно влиять на формирование ценностных тенденций сотрудников, чтобы они были максимально приближены к ценностям самой организации.

Как было сказано выше, интенсивность включенности человека в группу может быть разной: от чисто формальной принадлежности и формальной ориентации до полного принятия и осознанного следования философии и идеалам организации, ее принятых ценностей, групповых норм и ритуалов. Задача должностных лиц, ответственных за поддержание организационной культуры, на мой взгляд, должна состоять в том, чтобы четко разграничивать тех сотрудников, которые лишь внешне выражают солидарность с культурными ценностями организации, и тех, кто разделяет эти ценности глубоко и ясно внутри себя. их поведение.

И еще один важный момент, о котором ни в коем случае нельзя забывать. После принятия решения о приеме на работу человека встает вопрос об определении его «уникального» положения в коллективе, то есть о создании таких условий организации работы этого работника, при которых его качества раскрываются с максимальной пользой для организации. Профессиональное использование потенциала организационной культуры на предприятии или в компании видно уже тогда, когда менеджер по персоналу тратит много времени на разговоры о том, что принято и что не принято в компании. Это может значительно облегчить человеку жизнь, дать ему почувствовать, что значит быть «командным игроком». При продолжении помощи новым сотрудникам в некоторых культурно «продвинутых» компаниях их обычно закрепляют за опытным сотрудником, который становится «старшим братом» нового сотрудника в первые две недели. Первый рабочий день в компании начинается с традиционного знакомства, где «старший брат» или «сестра» знакомит нового работника со всеми сотрудниками компании, с формальными и неформальными правилами жизни компании. Именно на этом этапе начинается целенаправленное формирование отношений человека, его приобщение к культуре профессиональной деятельности в организации.

Этап 3. Важной частью формирования корпоративной культуры является создание и поддержка традиций организации. Вот несколько примеров традиций, внешних характеристик, по которым можно судить о корпоративной культуре организаций:

- Все сотрудники выходят на работу в офисной одежде;
- В пятницу переговоры не планируются, т.к. традиционно в этот день все одеваются "свободно";
- У всех одинаковые и дорогие карандаши известной фирмы;
- "Ты работаешь за здоровый образ жизни - не кури";
- День основания компании - бурное празднование с выездом за город;
- При задержке сотрудников из-за сверхурочной работы - пицца и пиво выдаются им за счет компании;
- за каждый год работы дается определенная премия;
- Все общаются с вами и по имени (это настройка);
- приемов нет - дверь президента открыта, можно войти и задать свой вопрос;

Список использованной литературы

- 1.Аванесов Г. А. Общество. Личность. Мотивация. Исследования криминолога. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 264 с.
- 2.Адизес И. Размышления о менеджменте. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. - 368 с.
- 3.Андреев В. К. Управление предприятием. Словарь-справочник. - М.: Профиздат, 2019. - 336 с.
- 4.Армстронг М. Управление результативностью. Система оценки результатов в действии. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 248 с.
- 5.Архангельский Г. Корпоративный тайм-менеджмент. Энциклопедия решений. - М.: Альпина Паблишер,

2015. - 212 с.

6.Барышникова Е. Оценка персонала методом ассесмент-центра. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 991 с.

7.Перерва П. Г. Самомаркетинг менеджер и бизнесмена. - М.: Ростов н/Д: Феникс, 2016. - 592 с.

8.Персикова Т. Н. Корпоративная культура. - М.: Логос, 2015. - 288 с.

9.Подлипаев Л. Д. Маркетинг и менеджмент качества торгового предприятия. - М.: Гелиос АРВ, 2019. - 264 с.

10.Роберт Х. Ошибки и успехи менеджмента. - М.: Поколение, 2015. - 496 с.

11.Статья «Эффективность управления персоналом». [Электронный ресурс]. URL:

<https://infopedia.su/7x3fbc.html>

12.Теория организации и организационное поведение. - М.: Юрайт, 2014. - 480 с.

13Алимаева О.И. Организационная культура вуза. [Электронный ресурс]. URL:

https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2015/03/11/alimaeva_okonch.pdf

14Статья «Кто является автором неоклассической школы управления. Неоклассический менеджмент постиндустриальной эпохи. Теория управления Тейлора». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://unisto-petrostal.ru/kto-yavlyaetsya-avtorom-neoklassicheskoi-shkoly-upravleniya-neoklassicheskii.html>

15Статья «Менеджмент человеческих ресурсов». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.kazedu.kz/referat/43614>

16Статья «Методы управления персоналом». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econom-lib.ru/4-12.php>

17Управление маркетинговой деятельностью фирмы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.sinref.ru/000_uchebniki/00800economica/004_lekcii_marketing_06_raznoe_/224.htm

18Кеннеди Д. Жесткий менеджмент. Заставьте людей работать на результат. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 326 с.

19Перерва, П.Г. Самомаркетинг менеджер и бизнесмена. - М.: Ростов н/Д: Феникс, 2016. - 592 с.

20Подлипаев Л. Д. Маркетинг и менеджмент качества торгового предприятия. - М.: Гелиос АРВ, 2019. - 264 с.

21Роберт Х. Ошибки и успехи менеджмента. - М.: Поколение, 2015. - 496 с.

Статья «Система «пожизненного найма» рабочих и служащих». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://infomanagement.ru/referat/2/3>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/glava-diploma/371076>