

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/kursovaya-rabota/389914>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент в организации

ВВЕДЕНИЕ 2

Глава 1. Теоретические основы организационной культуры организации 5

1.1. Понятие и сущность организационной культуры организации 5

1.2. Функции и классификация организационной культуры организации 8

Глава 2. Теоретические аспекты информационной среды деловой организации 12

2.1 Понятие и основные составляющие информационной среды деловой организации 12

2.2. Внешние и внутренние потоки информации 14

2.3. Воздействие информационной среды на организационную культуру 17

Глава 3 Анализ организационной культуры организации ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл» 20

3.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл» 20

3.2. Анализ факторов среды 24

3.3. Анализ организационной культуры ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл» 26

3.4. Рекомендации по совершенствованию информационной среды организации для развития корпоративной культуры организации 32

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 36

Приложения 42

ВВЕДЕНИЕ

В современном бизнесе, насыщенном информационными потоками и динамичными переменами, вопросы организационной культуры и информационной среды деловой организации становятся ключевыми в плане успешного функционирования организации. В рамках данной курсовой работы мы предпринимаям попытку анализа взаимосвязи между организационной культурой и информационной средой на примере ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл».

Цель исследования - проанализировать взаимосвязь и влияние организационной культуры на информационную среду деловой организации с целью выявления факторов, формирующих корпоративный стиль

Задачи исследования:

- раскрыть понятие и сущность организационной культуры организации,
- исследовать функции и классификация организационной культуры организации,
- раскрыть понятие и основные составляющие информационной среды деловой организации,
- исследовать внешние и внутренние потоки информации,
- рассмотреть воздействие информационной среды на организационную культуру,
- дать организационно-экономическую характеристику ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл» ,
- провести анализ факторов внешней и внутренней среды,
- осуществить анализ организационной культуры ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл»,
- сформулировать рекомендации по совершенствованию информационной среды организации для развития корпоративной культуры организации.

Объект исследования- организационная культура и информационная среда в деятельности ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл».

Предмет исследования-взаимосвязь организационной культуры и информационной среды деловой организации на примере ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл».

Курсовая работа состоит из 3 глав, введения, заключения, списка литературы и приложений.

Глава 1. Теоретические основы организационной культуры организации

1.1. Понятие и сущность организационной культуры организации

В общем понимании термина "организационная культура" подразумевается наличие в организации общего набора правил и норм поведения, объединяющих сотрудников в единый коллектив и мотивирующих их на продуктивный труд для достижения целей организации в процессе создания продукции или предоставления услуг (С.В. Василенко) [3, с. 65]. Согласно Д.В. Главатских, организационная культура представляет собой формирование характерных внешних черт компании, таких как униформа, стиль работы и обслуживания, символика и другие, которые служат для идентификации представителей конкретной компании [8, с. 512].

В современной практике управления компаниями и теории управления понятие "организационная культура" рассматривается с точки зрения изучения внутренней среды деятельности организаций. Так, В.В. Томилов утверждает, что организационная культура представляет собой совокупность системы мышления сотрудников компании, определяющей ее внутреннюю среду, особенности кадровой политики, стиль управления и организационную структуру [35, с. 19]. В свою очередь, А.В. Спивак рассматривает организационную культуру компании с функциональной точки зрения, считая ее комплексным и динамичным явлением, способным создавать в компании систему духовных и материальных ценностей, отражающих особенности ее деятельности [33, с. 24].

Согласно В.В. Козлову, организационная культура компании включает в себя совокупность формальных и неформальных правил работы, связанных с особенностями стиля управления, организационными традициями и внутренними нормами компании [18, с. 10]. Автор подчеркивает, что в современном мире организационная культура представляет собой мощный стратегический инструмент, который руководители организаций используют для направления своего персонала на достижение общих целей.

Также стоит отметить, что в соответствии с Э. Шейном, организационная культура формируется и внедряется в компании через установление норм, ценностей и предпочтений, которые создают психологический климат и определяют трудовые отношения в коллективе [8, с. 33]. С нашей точки зрения, данное определение наиболее применимо, поскольку оно охватывает два ключевых аспекта организационной культуры: поведенческие нормы и психологический трудовой климат. Важно отметить, что организационная культура является ключевым инструментом системы организационного управления и ее эффективное формирование положительно сказывается на конкурентоспособности компании.

Что касается сущности концепции "организационной культуры", современная экономическая наука выделяет три основных этапа ее определения, представленные на рисунке 1.

Рис. 1 Три ступени организационной культуры организации [18, с. 15]

Анализируя рисунок, отметим, что первая ступень организационной культуры компаний включает внешние видимые факторы и атрибуты, в числе которых формы, символы и эмблемы, трудовая атмосфера и практика организационных процессов. Вторая ступень включает элементы организации организационной деятельности, необходимые для достижения стратегических целей компании, а также степень трудовой самостоятельности сотрудников при решении возникающих проблем. Данная ступень отражает стремление сотрудников к характерному поведению и их готовность к работе. Третья ступень включает ценности и обычаи, которые определяют и регулируют поведение сотрудников в коллективе. Важно заметить, что ценности данной ступени находятся в тесной взаимосвязи с видимыми атрибутами организационной культуры, в числе которых церемонии, слоган, униформа и т. д.).

Согласно мнению С.В. Василенко, эффективная организационная культура представляет собой отражение стратегии развития компании и ее деловой среды [3, с. 178]. За счет организационной культуры сотрудники компании стремятся к труду с максимальной самоотдачей и эффективностью, что в положительном ключе сказывается на ее конкурентоспособности.

Важно отметить, что организационная культура формируется в процессе коллективной работы, проявляясь в следующих аспектах:

- Взаимоотношения между руководством и персоналом;
- Взаимоотношения сотрудников между собой и их отношения с начальством;
- Отношение сотрудников к работе и уровень их трудовой дисциплины [4, с. 71].

При этом все поведенческие стандарты и ценности организационной культуры становятся неотъемлемой частью не только неформальных правил, но и официально отражаются в документах компании, чаще всего в Положении о трудовой дисциплине.

Таким образом, организационная культура компании заключается в формировании и внедрении в компании норм, ценностей и предпочтений, создающих психологический климат и определяющих трудовые отношения в коллективе. Сущность концепции «организационной культуры» проявляется в трех ключевых ступенях: первая ступень организационной культуры компаний включает внешние видимые факторы и

атрибуты, вторая – элементы организации организационной деятельности, необходимые для достижения стратегических целей компании, а третья ступень – ценности и обычаи, которые определяют и регулируют поведение сотрудников в коллективе.

1.2. Функции и классификация организационной культуры организации

Главная цель организационной культуры заключается в улучшении показателей и достижении высоких результатов работы посредством совершенствования системы управления человеческими ресурсами. Благодаря ей в компании определяются значение и роль каждого сотрудника, а также формируются механизмы повышения эффективности их трудовой деятельности. Закономерно, что в зависимости от характера деятельности компании существуют разнообразные функции организационной культуры. Так, современная экономическая наука выделяет две основных функции организационной культуры, представленные на рисунке 3.

Рис. 3 Функции организационной культуры [14, с. 13]

Согласно изображению, организационная культура компании выполняет две основные функции: адаптацию к внешней среде и обеспечение внутренней интеграции. Важно отметить, что первая функция определяет способность компании приспосабливаться к изменениям и развиваться в условиях постоянных колебаний высококонкурентной рыночной среды. Эта функция включает в себя следующие компоненты:

Миссию, цели и задачи компании.

Организационную структуру, систему разделения и кооперации труда, стиль управления и методы поощрения.

Стратегии коррекции поведения компании при отклонении от поставленных целей.

1. Александрова А.И. Управление знаниями и корпоративная культура как инструмент повышения конкурентоспособности компании // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2021. – №. 2. – С. 125-133.
2. Асеева М.А. Роль корпоративной культуры в повышении эффективности деятельности организации // Управленческий учет. – 2021. – №. 3-1. – С. 224-229.
3. Байсаева М.У. Корпоративная культура и ее значимость для имиджа организации / М.У. Байсаева, Ш.И. Куркиев // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 6. – С. 354-357.
4. Бочкарева А.С. К вопросу о понятии и структуре корпоративной культуры / А.С. Бочкарева, Л.Н. Терновая, И.А. Чистилина // Коммуникационные процессы: теория и практика. Сборник материалов XVII международной научно-практической очно-заочной конференции. – 2022. – С. 118-124.
5. Бровкина А.Ф. Корпоративная культура как фактор повышения успешности организации //Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2021. – №. 1. – С. 112-116.
6. Василенко С.В. Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом / С.В. Василенко. – Москва: Дашков и К, 2020. – 136 с.
7. Волкова Е.А. Роль корпоративной культуры в конкурентоспособности предприятия / Е.А. Волкова, О.И. Крылова // Управление развитием социально-экономических систем. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. – 2022. – С. 41-45.
8. Высочина М.В. Типология корпоративной культуры / М.В. Высочина, Е.Ю. Кудрявцева // Исследование, систематизация, кооперация, развитие, анализ социально-экономических систем в области экономики и управления. Сборник трудов IV Всероссийской школы-симпозиума молодых ученых. – 2021. – С. 33-38.
9. Вязовик С.М. Сущность корпоративной культуры организации / С.М. Вязовик, В.А. Михайленко // Экономика, бизнес, финансы: актуальные вопросы и современные аспекты. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 18-20.
10. Геворгян А. Некоторые понятия о формировании корпоративной культуры / А. Геворгян, Б. Габриелян // Аллея науки. – 2018. – Т. 3. № 6 (22). – С. 512-517.
11. Главатских Д.В. Функции корпоративной культуры / Д.В. Главатских // Вестник Науки и Творчества. – 2019. – № 4 (40). – С. 50-52.
12. Главатских Д.В. Формирование корпоративной культуры на предприятии / Д.В. Главатских //Вестник Науки и Творчества. – 2019. – № 3 (39). – С. 31-34.
13. Гордеева У.С. К вопросу трактовки корпоративной культуры и ее роли в развитии компании / У.С. Гордеева, Е.П. Орлова // Достижения современной науки и образования. Материалы VIII Международной междисциплинарной конференции. – 2022. – С. 79-80.

14. Дворникова В.А. Задачи и функции корпоративной культуры и ее влияние на развитие компании / В.А. Дворникова // Научно-исследовательский журнал «Технические инновации». – 2022. – № 9-1. – С. 162-168.
15. Евдокимова А.Ю. Роль корпоративной культуры компании в устойчивом развитии бизнеса // Ответственные за выпуск. – 2022. – С. 142-145.
16. Ермилина Д.А. Роль корпоративной культуры в управлении персоналом / Д.А. Ермилина // Вестник Академии управления и производства. – 2022. – № 3. – С. 47-54.
17. Завадская О.В. История развития корпоративной культуры организации / О.В. Завадская, Е.Ю. Дюйзен // Научные исследования: от теории к практике. – 2022. – № 2-2 (8). – С. 184-186.
18. Зверева Т.В. Функции корпоративной культуры / Т.В. Зверева // Научный вестник Дона. – 2019. – № 3 (9). – С. 13-18.
19. Иванова И.К. Формирование корпоративной культуры / И.К. Иванова // Академическая публицистика. – 2019. – № 5. – С. 181-183.
20. Измайлова М.А. Значимость корпоративной культуры для устойчивости компаний в условиях кризисных явлений // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). – 2022. – Т. 13. – №. 1. – С. 8-26.
21. Камалтдинова К.А. Корпоративная культура как инструмент мотивации персонала // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – №. 1-1. – С. 140-142.
22. Катаева Н.Н. Инициация проекта формирования корпоративной культуры компании / Н.Н. Катаева // Матрица научного познания. – 2022. – № 1-1. – С.84-86.
23. Коваль Т.А. Феномен понятия «корпоративная культура» / Т.А. Коваль, А.А. Шмалько // Теория и практика управления человеческими ресурсами. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 61-66.
24. Козлов В.В. Корпоративная культура / В.В. Козлов. – Москва: Альфа-Пресс, 2019. – 304 с.
25. Лактионов В.Д. Классификация корпоративной культуры / В.Д. Лактионов // Международный журнал прикладных наук и технологий Integral. – 2019. – № 4-1. – С. 32-35.
26. Мамедова И.А. Корпоративная культура как фактор развития современной организации / И.А. Мамедова, А.В. Ильяшенко // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2022. – № 1 (37). – С. 8-10.
27. Меньшикова М.А. Некоторые аспекты формирования эффективной корпоративной культуры организации / М.А. Меньшикова, К.И. Ключева // Цифровизация процессов управления: стартовые условия и приоритеты. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – 2022. – С. 446-450.
28. Миронова Н.А. Формирование корпоративной культуры и ее элементы / Н.А. Миронова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 8. – С. 9-12.
29. Миронова Н.А. Корпоративная и организационная культура: история и понятие / Н.А. Миронова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 7. – С. 564-571.
30. Муллобоев А.Р. Роль корпоративной культуры в системе корпоративного управления предприятием / А.Р. Муллобоев, Н.Л. Антонова // Современные тенденции и инновации в науке и производстве. Сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 158-165.
31. Николаева Я.А. Анализ корпоративной культуры в международном менеджменте на примере компании «ИКЕА» // Весенние дни науки. – Екатеринбург, 2022. – 2022. – С. 208-211.
32. Новикова А.А. Разработка и управление корпоративной культурой / А.А. Новикова // Современные научные исследования и инновации. – 2022. – № 4 (132). – С. 99-105.
33. Оганян К.М. Понятие и структура корпоративной культуры / К.М. Оганян // Научная мысль. – 2021. – № 2 (2). – С. 28-33.
34. Окатов А.В. Понятие и виды корпоративной культуры / А.В. Окатов, Д.А. Соловьев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2017. – Т. 3. № 3 (11). – С. 35-47.
35. ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл»: Официальный сайт [Электронный ресурс] / ООО «Катерпиллар Дистрибьюшн Интернейшнл». – 2011-2019. – URL: https://www.audit-it.ru/contragent/1115044002809_ooo-katerpillar-distribuyushn-interneyshnl (дата обращения: 08.12.2022).
36. Орехов А.И. Корпоративная культура компании как инструмент увеличения работоспособности и развития сотрудников // Менеджмент сегодня. – 2022. – №. 2. – С. 140-146.
37. Палевская С.А. Классификации типов корпоративной культуры организации (исторические аспекты) / С.А. Палевская, М.В. Боброва // Бюллетень национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н.А. Семашко. – 2019. – № 3 (4). – С. 65-76.
38. Петрова В.А. Сущность корпоративной культуры / В.А. Петрова // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 26. – С. 484-489.
39. Плетухина Е.В. Элементы формирования корпоративной культуры / Е.В. Плетухина, А.В. Марченко //

Наука среди нас. – 2019. – № 9 (25). – С. 121-127.

40. Прохорова В.В. К вопросу о необходимости формирования корпоративной культуры на российских предприятиях / В.В. Прохорова // Экономика и управление в современных условиях: проблемы и перспективы. Сборник научных трудов по материалам IV Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 59-63.

41. Савко А.Н. Сущность и содержание понятия «корпоративная культура» / А.Н. Савко, В.А. Чистякова // Ценностные ориентации молодежи в условиях модернизации современного общества. Сборник научных трудов. – 2021. – С. 81-84.

42. Смольянинова С.Ф. Формирование корпоративной культурой компании: теоретический аспект // Вестник Северо-Казахстанского Университета им. М. Козыбаева. – 2021. – №. 2 (47). – С. 164-170.

43. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика / В.А. Спивак. – СПб.: Питер, 2019. – 345 с.

44. Стручалина А.П. Корпоративная культура: сущность и функции / А.П. Стручалина // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2018. – № 7 (45). – С. 21-24.

45. Томилов В.В. Культура предпринимательства / В.В. Томилова. – СПб: Питер, 2020. – 368 с.

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/kurovaya-rabota/389914>