

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/424558>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Право (другое)

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ 5

2. ПОНЯТИЯ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКИ 11

2.1. Основа корпоративной этики 11

2.2. Корпоративная культура - визитная карточка компании 13

2.3. Основные задачи и функции бизнес-кодексов 15

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 27

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 28

Самые первые кодексы деловой этики появились в США в начале XX века. Поначалу они представляли собой краткое изложение основных идей: например, «компания будет придерживаться стандартов американской системы свободного предпринимательства», перечень норм обращения с клиентами и конкурентами. После ряда нашумевших судебных процессов против крупных корпораций в корпоративные кодексы постепенно стали включать некоторые положения антимонопольных законов, принятых в США в 1890, 1914 и 1936 годах. Корпоративные кодексы этого периода подробно описывали соблюдение антимонопольного законодательства и запрещали навязывать другим компаниям ценовую политику и вступать в сговор с конкурентами.

Ученые обнаружили, что наиболее типичными вопросами в корпоративных кодексах были наказания сотрудников за такие правонарушения, как: предложение и согласие принять взятку; консультирование по вопросам дачи или получения взятки; принятие ценных подарков; принятие или участие в принятии решений, связанных с личной выгодой, или неурегулирование конфликта интересов; личное поведение, наносящее ущерб репутации компании; участие в незаконной политической деятельности; несправедливое завышение или занижение цен; прямое или косвенное использование репутации компании. В сфере услуг корпоративный кодекс был предназначен для наказания сотрудников не за их действия, а скорее за их поступки. В сфере услуг подарки и различные «одолжения» - самые распространенные проблемы. Американская ассоциация менеджмента опубликовала этические кодексы нескольких компаний и оценила их эффективность. Согласно исследованию, нормы, состоящие из общих утверждений (например, «не воруй»), редко бывают полезными и легко забываются целевой аудиторией. Нормы должны как можно полнее отражать реальную ситуацию и особенности организации, принявшей их.

Исследования показали, что содержание большинства американских норм можно выразить в трех основных положениях:

- 1) от сотрудников ожидают лояльности к организации и того, что они будут ставить интересы организации выше своих личных интересов;
- 2) в личной жизни сотрудники не должны действовать от имени организации опасным образом; и
- 3) сотрудники должны относиться к клиентам благоразумно и этично.

Кодекс максимально подробно описывает проблемы и конфликты интересов, которые могут возникнуть в отношениях с клиентами, партнерами, инвесторами и конкурентами.

Сегодня почти все крупные компании (97 %) и половина малых и средних предприятий (МСП) в США имеют подробные кодексы поведения, регулирующие их отношения с клиентами, партнерами, правительством и обществом. Кодексы сильно различаются по содержанию и сфере применения.

Многие кодексы утратили свою актуальность, особенно на крупных предприятиях, поскольку ориентированы исключительно на нужды самого бизнеса. Много говорится о корпоративной ответственности и лояльности сотрудников и мало - об обязательствах компании перед своими работниками и обществом в целом. Опросы показывают, что большинство американских кодексов написаны в авторитарном духе, заставляя сотрудников считать, что эталоном истины является уровень зарплаты и положение в руководстве. Из 155 изученных американских корпоративных кодексов только в 40 прописаны

обязательства компании перед сотрудниками .

Эта специфика американских корпоративных кодексов становится еще более очевидной, если сравнить их содержание с положениями аналогичных документов, принятых в других странах. За пределами США корпоративные кодексы пока не получили широкого распространения: проведенное в 1997 году исследование 200 компаний по всему миру показало, что только 30 % неамериканских компаний имеют собственный корпоративный кодекс. В Канаде этот показатель составил 50 %, а в Великобритании - 42 %. Из 189 компаний, опрошенных в Великобритании, Франции и Западной Германии, 41 процент приняли корпоративные правила.

В целом европейские руководства уделяют больше внимания отношениям с сотрудниками, чем американские. Эта тема присутствует во всех европейских руководствах, но только в 55 процентах руководств Соединенных Штатов.

В США социальные и экологические вопросы затрагиваются в 42 процентах руководств, в то время как в Западной Европе - в 65 процентах. Можно утверждать, что деловая этика в США в большей степени ориентирована на клиентов, подрядчиков и партнеров, в то время как европейская деловая этика в большей степени ориентирована на сотрудников и общество в целом .

Корпоративная культура - это атмосфера или социальная этика внутри организации. Формирование корпоративной культуры - сложная и многоаспектная задача. От ее решения (т.е. от успешности формирования корпоративной культуры) во многом зависит успех организации.

Одно из наиболее полных определений корпоративной культуры было дано В.А. Спиваком. Корпоративная культура - это систематическое и интерактивное выражение материальных и духовных ценностей, присущих конкретному предприятию, отражающих его личность и его восприятие себя и других в социальной и физической среде, и отражающихся в его поведении, взаимодействии и восприятии себя, других и окружающей среды.

Исследователи по всему миру уже давно занимаются разработкой организационных теорий.

Они изучали структуру и функционирование организаций, поведение людей и взаимодействие групп в организациях. Однако до 1970 года об организациях и корпоративной культуре говорилось очень мало, и только косвенно.

До 1970 года существовало очень мало литературы, в которой говорилось об организациях или корпоративной культуре, и только косвенно. Например, организационная культура была впервые описана М. Шерифом в 1936 году.

М. Шериф впервые описал организационную культуру в 1936 году и ввел понятие социальных норм; Льюин описал групповой климат в 1951 году, а Картрайт и Зандер описали groupthink в 1953 году.

Аргирис использовал термин "атмосфера" и термин "неформальная культура" в 1958 году; Д. МакГрегор использовал термин "административный климат" в 1960 году; а К. Литвин и Стрингер использовали термин "административный климат" в 1977 году. Литвин и Стрингер использовали понятие "мотивационный и организационный климат" в своих работах 1966 и 1968 годов.

Еще во времена так называемого "Готторнского эксперимента", проводившегося на фабриках Иллинойса с 1925 по 1932 год, анонимные опросы рабочих и служащих выявили существование на фабриках неформальных кодексов поведения, которые в некоторых случаях препятствовали усилиям руководства по повышению производительности. Только после работ Готторна ученые начали рассматривать влияние межличностных отношений и общения в коллективе на производительность труда; в 1957 году Крис Аргалис заложил основы межличностной теории, разработанной британским исследователем Джоном Готторном .

В 1957 году Крис Аргалис заложил основы теории межличностных отношений на рабочем месте, а в 1960 году Д. Макгрегор предложил Теорию X и Теорию Y. Теория межличностных отношений на рабочем месте была разработана британским исследователем Джоном Готторном, а теория межличностных отношений на рабочем месте была разработана британским исследователем Джоном Готторном.

В 1970-х годах ряд исследователей развили идею о том, что организации имеют свою собственную "культуру", в том числе П. Тернер в 1971 г., С. Ганди в 1978 г. и А. Петтигрю в 1979 г. Многие ученые считают, что основы теории организационной культуры были заложены антропологом Клиффордом Гирцем антрополог Клиффорд Гиртс.

В начале 1980-х годов интерес к организационной культуре возрос, этой теме было посвящено множество публикаций, и культурный подход выделился в качестве самостоятельного метода.

Культурный подход выделился как самостоятельный подход в организационной теории.

Ф. Харрис и Р. Моран, видные исследователи в области организационной культуры, предлагают

классифицировать организационную культуру по десяти характеристикам:

- Осознание себя и своего места в организации;
- Приемлемая система коммуникации и язык общения (терминология, жесты, стиль, открытость общения, все виды устной и письменной коммуникации);
- одежда, стиль одежды и самопрезентация на рабочем месте
- Привычки и традиции питания (организация, продолжительность);
- Взаимоотношения (пол, возраст, статус, опыт, иерархия, формализация отношений, методы разрешения конфликтов);
- Ценности (хорошие и плохие ориентиры); - Кодексы поведения;
- убеждения (лидерство, успех, взаимная поддержка, справедливость);
- Процессы развития сотрудников и обучение;
- Рабочая этика и мотивация (ответственность, отношение, качество, оценка, вознаграждение);
- Отношение ко времени (распорядок).

1. Асаул А.Н., М. А. Асаул, П. Ю. Ерофеев, М. П. Ерофеев, Культура организации: проблемы формирования и управления., СПб.: Гуманистика, 2006.
2. Артамонова, Н.В. Организационное поведение: учеб. пособие / Н.В. Артамонова, Л.П. Фрумкин, И.Г. Головцова. Изд-во ун-та, 2004. - 142 с.- СПб.: СПбГУАП, 2001.
3. Аширов, Д.А. Организационное поведение: учеб. пособие / Д.А. Аширов - М.: Проспект, 2006.
4. Бабич А. М., Попков А. А. Финансирование социального развития предприятий: Учебное пособие. М., 2012. — С.76
5. Бас В.Н. Управление организационным поведением. Монография. - М.: Изд-во Московского гуманитарного университета, 2010. - 200 с.
6. Боровая, Е. Б. Роль кодекса корпоративного поведения как источника корпоративного права / Е. Б. Боровая. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 52 (499). — С. 225-227. — URL: <https://moluch.ru/archive/499/109675/> (дата обращения: 26.02.2024).
7. Бочаева, Г. В. Кодекс корпоративного поведения как элемент системы корпоративного управления / Г. В. Бочаева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 10 (114). — С. 630-634. — URL: <https://moluch.ru/archive/114/30047/> (дата обращения: 26.02.2024).
8. Гильфанова Р. Р. История становления и развития законодательства о корпорациях в Российской Федерации / Р. Р. Гильфанова // Международный научный журнал «Вестник Науки» № 11 (68). Том 4. Ноябрь 2023. С. 125-131.
9. Иванов М., Д.Шустерман. «Организация как ваш инструмент: российский менталитет и практика бизнеса», М., Альпина, 2004.
10. Костиков И. В. Кодекс корпоративного поведения. Корпоративное поведение в России / Под общ. ред. И. В. Костикова. — М.: Экономика, 2014.
11. Радыгин А. Корпоративное управление в России: ограничение и перспективы // Вопросы экономики. — 2013. — № 1. — С. 105.
12. Соломанидина Т., Кишеня В.Организационная культура и климат//Управление персоналом,2007-№4, С.15-18.
13. Стратегический менеджмент под ред.А.Н.Петрова. - СПб.: Питер,2005.-496 с.
14. Тесакова Н. «Миссия и корпоративный кодекс», М., РИП-Холдинг, 2003
15. Тепман Л.Н.Корпоративное управление. - М.: Юнити Дана,2009.-240 с.
16. Федорова Н.В., Минченкова О.Ю. Управление персоналом организации.-М.:Кнорус,2008.-512 с.
17. Чередниченко И. П., Тельных Н. В. Психология управления / Серия «Учебники для высшей школы». — Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.. — 820 с.
18. Шапиро С.А.,Шатаева О.В.Основы управления в современных организациях: Учебное пособие. М., Гроссмедиа,2008.-400 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/424558>