

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/184288>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Корпоративная культура

1

Введение 2

Глава 1 Корпоративная культура как система взаимосвязей 5

1.1 Структура и компоненты корпоративной культуры 5

1.2 Типы и элементы корпоративной культуры 12

Глава 2 Теоретические аспекты изучения сущности психологических и этических проблем корпоративной культуры 17

2.1 Влияние корпоративной культуры на организационную деятельность 17

2.2 Корпоративная этика в организации 24

Заключение 29

Список использованных источников 31

Глоссарий 33

Введение

Актуальность темы исследования. В условиях высокой конкуренции на уровне стран, корпораций и отдельных предприятий долгосрочная конкурентоспособность предприятия определяется полным использованием его интеллектуального и делового потенциала руководством и персоналом в интересах эффективного воспроизводства и устойчивого развития организации.

Сотрудники компании являются основной движущей силой для достижения поставленных целей и реализации стратегии развития. Степень участия каждого сотрудника компании в деятельности предприятия зависит от степени достижения стратегических целей компании, что означает ее долгосрочную конкурентоспособность и развитие в рыночных условиях. Вовлечение персонала в деятельность предприятия является важнейшим фактором развития любого предприятия в современной высококонкурентной среде.

Жизненный потенциал и успешное функционирование организации в целом зависят от эффективности сформированной в ней корпоративной культуры: особенностей взаимоотношений между людьми, устойчивых норм и ценностей, моделей позитивного и негативного поведения и других значимых элементов, влияющих на формирование культуры в компании.

Изучение корпоративной культуры актуально и интересно, так как ее грамотное применение позволяет значительно повысить эффективность деятельности организации и адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды.

Корпоративная культура состоит из идей, фундаментальных ценностей и взглядов, разделяемых всеми членами организации. Она включает в себя стиль поведения, стиль общения с клиентами и коллегами, активность сотрудников, их заинтересованность, уровень мотивации и многое другое.

Корпоративная культура является важным фактором успешного и эффективного функционирования организации, которая потенциально может оказать положительное влияние на рабочую силу.

С помощью корпоративной культуры можно добиться высоких результатов, как материальных, так и моральных, это указывает на желаемое поведение сотрудников внутри организации и самой организации во внешней среде. Корпоративная культура основана на ценностях, определяющих моральные принципы сотрудников, их трудовое поведение и правила межличностного общения.

Незаменимую роль играет корпоративная культура, благодаря которой сотрудники на подсознательном уровне усваивают основополагающие цели и ценности организации, становятся ее частью.

В любой организации в процессе адаптации к внешней среде и к внутренним условиям деятельности формируется определенная культура поведения, которая является наиболее эффективной и разделяется большинством сотрудников.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию корпоративной культуры организации посвящены научные труды таких зарубежных и отечественных авторов, как Ю.Н. Арсеньев, В.А. Белошапка, С.Л. Васенев, М.В. Бородкина, Ю.Ю. Волошин, И.В. Гроев, Т.В. Гудкова, В.В. Козлов, А.В. Колесников, А.А. Кулешова, М.А. Макаркина, В.А. Макеев, Д. Маслов, Т.В. Сабетова, И.А. Семко, Г. Тульчинский и др. Ряд вопросов, связанных с организацией корпоративной культуры организации, остаются актуальными и требуют дальнейших исследований.

Объект исследования: управление организацией.

Предмет исследования: корпоративная культура.

Цель исследования: изучить психологические и этические проблемы формирования корпоративной культуры организации.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- рассмотреть структуру и компоненты корпоративной культуры;
- охарактеризовать типы и элементы корпоративной культуры;
- раскрыть сущность влияния корпоративной культуры на организационную деятельность;
- проанализировать особенность корпоративной этики в организации.

Методы исследования, применяемые в курсовой работе, следующие: изучение литературных источников, наблюдение, абстрактно-логический, монографический, прогнозирование, системный, выборочный, формально-логический.

Структура исследования: введение, основная часть, заключение, список литературы.

Объем исследования: 33 страницы печатного текста.

Глава 1 Корпоративная культура как система взаимосвязей

1.1 Структура и компоненты корпоративной культуры

Сегодня корпоративная культура является одним из наиболее эффективных средств решения проблем низкой мотивации сотрудников, а также придания вашей компании индивидуальности на рынке. Во-первых, мы должны узнать, что такое корпоративная культура: Корпоративная культура - это набор моделей поведения, которые приобретаются организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые показали свою эффективность и разделяются большинством членов организации¹. Для того чтобы определить силу и уровень развития существующей корпоративной культуры в компании, а также определить направления дальнейшего совершенствования, необходимо проводить периодическую оценку эффективности средств, вложенных в развитие данного направления в организации.

Динамика и скорость - вот термины, которые можно использовать для описания современного мира. Чтобы быть жизнеспособным в этом мире, нужно постоянно меняться вместе с ним, нужно постоянно развивать новые знания и навыки, а также правильно их использовать.

По словам профессора Харрисона Трайса из Корнельского университета, изучение корпоративной культуры началось в работе американских ученых во главе с Э. Майо и У. Уорнером, которые проводили эксперименты Хоторна. Эта группа ученых попыталась выявить влияние различных факторов на производительность труда. Например, они изучали влияние уровня освещенности, улучшения условий труда, повышения социальной стабильности и неформальных отношений на производительность труда.

После первых двух неудачных этапов ученые решили изучить влияние принципов, убеждений и морального климата на работников, став тем самым пионерами в области исследований организационной культуры². В 1969 году в Соединенных Штатах была опубликована книга исследователей Корнельского университета о промышленных традициях и ритуалах. В 1980 году появились «Теория Z» У. Оучи и «В поисках эффективного управления» Т. Питерса и Р. Уотермана, в которых утверждается, что корпоративная культура является важным фактором экономической эффективности организации.

Эти темы нашли отклики и в других работах ученых. В последнее десятилетие процесс изучения корпоративной культуры продолжается, и ей уделяется все больше внимания, так как она формирует положительный имидж предприятия, способствует его эффективной работе.

Корпоративная культура - это совокупность материальных и духовных ценностей, норм, правил и стандартов поведения, которые преобладают в организации и отражают ее индивидуальность.

Корпоративная культура - это философия и идеология управления организацией, она позволяет предвидеть поведение сотрудника в критических ситуациях, определяет психологический климат в работе

предприятия³.

Корпоративная культура позволяет руководству формировать имидж компании, повышает чувство ответственности сотрудников, упрощает процесс адаптации новых членов организации и способствует достижению целей компании.

Термин «корпоративная культура» не является устоявшимся и однозначным.

За последние несколько лет увеличилось количество научных публикаций, в которых поднимаются проблемы корпоративной культуры предприятия. Немецкий ученый Л. Розенштиль считал, что понятие «корпоративная культура» отражает усвоенные нормы, определяющие стиль поведения сотрудников данного предприятия.

Исследователи в области сбалансированных показателей Д. Ньюстром, К. Дэвис отмечают, что корпоративная культура - это совокупность допущений, ценностей, норм, разделяемых всеми сотрудниками предприятия. Д. Элдридж и А. Кромби утверждают, что «культуру организации следует понимать как уникальный набор норм, ценностей, убеждений, поведения и т.д., которые определяют способ объединения групп и отдельных лиц в организации для достижения своих целей»⁴.

Корпоративная культура - это «совокупность материальных и духовных ценностей, норм, правил и стандартов поведения, которые преобладают в организации и отражают ее индивидуальность»⁵.

Корпоративная культура позволяет руководству формировать имидж компании, правильно интерпретировать управленческие решения, принимаемые сотрудниками, повышает чувство ответственности сотрудников, упрощает процесс адаптации новых членов организации и способствует достижению целей компании.

Все авторы выделяют следующие общие черты корпоративной культуры: ценности, традиции, нормы и обычаи. Разница заключается в целях культуры: объединить команду, достичь целей, выполнить работу.

В целом концепции корпоративной культуры можно разделить на две основные группы: рационально-прагматическую, которая рассматривает корпоративную культуру как атрибут организации и предполагает возможность влияния на ее формирование, и феноменологическую, которая интерпретирует корпоративную культуру как цель самой сущности организации и отрицает возможность целенаправленного прямого влияния на ее формирование. Первый подход обеспечивает доступ к технологическим возможностям в управлении корпоративной культурой, а второй показывает уникальность формирования корпоративной культуры, синергию ее существования. Создание оптимального направления в формировании и развитии корпоративной культуры и повышение ее эффективности обеспечивает интеграцию этих двух направлений⁶.

В настоящее время существует три уровня корпоративной культуры:

- поверхностный (символический) уровень культуры, где человек чувствует, слышит, видит, какова ситуация в организации, какие условия созданы для ее сотрудников, какой персонал работает в этой организации; это очевидный продукт сознательного формирования, стимулирования и прогресса;
- подповерхностный уровень (организационная идеология), где человек изучает, почему в организации существуют такие условия для работы и отдыха персонала, обслуживания клиентов и почему сотрудники придерживаются такой модели поведения; это правила, ценности, убеждения и политика, которые определяют жизнь организации;
- базовый (глубинный) уровень, на котором человек на подсознательном уровне принимает окружающую действительность, имеет представления о природе окружающего мира, пространстве, времени и человеческих отношениях; эти невидимые и принятые допущения направляют поведение людей, помогая им принять качества, характеризующие культуру организации.

Целями корпоративной культуры являются:

- сосредоточиться на сплоченности команды;
- определение точек соприкосновения коллективных и индивидуальных интересов;
- мобилизация творческих сил коллектива для достижения поставленных перед ним целей, совершенствование человеческого капитала.

Отмечены следующие функции корпоративной культуры:

- информация (трансляция социокультурного опыта);
- когнитивный (включение сотрудника в жизнь коллектива на этапе его адаптации);
- оценочно-нормативный (формирование правил общепринятого поведения в организации);
- нормативные и нормативные (сравнение истинного поведения человека или группы с нормами, установленными в организации);
- ценностные или смыслообразующие (влияние на мировоззрение человека, его ценности);

- коммуникация (взаимопонимание и взаимодействие сотрудников через ценности, нормы поведения, принятые в организации);
 - безопасность (создание препятствий, защищающих организацию от нежелательных декларативных воздействий);
 - интеграция (формирование сообщества людей, которые чувствуют себя частью единой системы);
 - замена (сокращение количества фиктивных заказов и заказов);
 - мотивационный (участие в деятельности организации и верность ее принципам);
 - образовательные и развивающие (дополнительные знания, оказывающие положительное влияние на деятельность организации);
 - формирование имиджа (формирование положительного имиджа организации)⁷.
- Среди них можно выделить как полезные функции (с точки зрения повышения уровня адаптации индивида или группы к окружающей среде),

Список использованных источников

1. Арсеньев Ю.Н. Управление персоналом. Модели управления: Учебное пособие / Ю.Н. Арсеньев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 286 с.
2. Белошапка В.А. Инструментальные компетенции менеджера при формировании рыночной корпоративной культуры // Инвестиции: практика и опыт. – 2011. – №31. – С. 23-25
3. Васенев С.Л. Разработка методики анализа влияния организационной культуры на эффективность менеджмента / С.Л. Васенев, К.В. Поляков, А.С. Чечулин. – Сборник научных трудов. Научная весна-2018. Экономические науки. Научное электронное издание. Шахты, 2018. – С. 139-145.
4. Бородкина М.В. Влияние силы организационной культуры на эффективность системы управления персоналом предприятий / М.В. Бородкина, Е.С. Бабовникова, С.Л. Васенев. – Сборник статей по итогам Междуна. Науч.-практ. конф. Инновационное развитие экономики: российский и зарубежный опыт. – 2017. – С. 31-33.
5. Волошин Ю.Ю. К понятиям «корпоративная культура» и «корпоративная культура» // Молодой ученый. – 2017. – №35. – С. 29-35
6. Грошев И.В. Организационная культура: учеб. пособие для студентов вузов / И.В. Грошев. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 224 с.
7. Гудкова Т.В. Особенности корпоративной культуры российских компаний / Т.В. Гудкова. – М.: РГ-Пресс, 2014. – 335 с.
8. Делягина К.А. Роль корпоративной культуры в управлении человеческими ресурсами // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – №3. – 2013. – с. 84
9. Козлов В.В. Корпоративная культура / В.В. Козлов. – М.: Альфа-Пресс, 2015. – 356 с.
10. Колесников А.В. Корпоративная культура / А.В. Колесников. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 167с.
11. Кулешова А.А. Проблемы формирования и развития организационной культуры // Молодой ученый. – 2016. – №12. – С. 1548-1551.
12. Макаркина М.А. Диагностика организационной культуры как инструмент повышения эффективности организации // Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов: материалы. 2015. – с. 188-191.
13. Макарова О.Ю. В будущем компании будут больше уделять внимания именно управлению корпоративной культурой и ценностям бизнеса // Управление персоналом. – 2015. – № 20. – С. 1.
14. Макеев В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. / В.А. Макеев. – М.: Ленанд, 2015. – 248 с.
15. Маслов Д., Гари Роше Корпоративная переоценка ценностей// Управление персоналом. – 2006. – №9. – С.3
16. Матвеева А. Корпоративная культура должна быть привязана к бизнес-показателям // Управление персоналом. – 2015. – № 20. – С. 4.
17. Сабетова Т.В. Роль корпоративной культуры во внедрении концепции менеджмента знаний // Инновационные доминанты социальной сферы: материалы Ежегодной Международной научно-практической конференции по проблемам социально -трудовых отношений. – 2014. – С. 150 -155.
18. Семко И.А., Алтухова Л.А. Направления формирования организационной культуры / Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – № 6(18). – С. 239-244.
19. Стеклова О.Е. Корпоративная культура / О.Е. Стеклова. – Ульяновск: УлГТУ, 2016. – 236.

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/184288>