

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/kontrolnaya-rabota/199036>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Корпоративная культура

Введение 3

1. Теоретические основы формирования корпоративной культуры 4

1.1 Понятие, истоки и источники корпоративной культуры 4

1.2 Типология корпоративной культуры 6

1.3 Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры 8

2. Анализ формирования корпоративной культуры на предприятии 11

2.1 Анализ корпоративной культуры компании «Apple» 11

2.2 Анализ корпоративной культуры компании «Sony» 13

Заключение 17

Литература 19

Приложения 20

Анализ и развитие положительных тенденций в динамике корпоративной культуры позволяет повысить управляемость любым экономическим объектом, в том числе и компанией, особенно в условиях неопределенности и нестабильности внешней среды.

Актуальность работы определяется необходимостью совершенствования управления социально-экономическим положением компании и, как следствие, повышения эффективности ее деятельности на основе формирования и совершенствования рациональной корпоративной культуры, с использованием следующих методов: системного анализа, экспертной оценки и статистических методов.

В связи с этим целью работы является исследование теоретических основ формирования корпоративной культуры на предприятиях.

Предметом исследования являются истоки и источники формирования корпоративной культуры.

В рамках этой цели необходимо решить ряд задач:

- проанализировать понятие «корпоративная культура» и источники ее формирования;
- исследовать типологию корпоративной культуры;
- изучить факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры;
- проанализируйте формирование корпоративной культуры в компаниях Apple и Sony.

1. Теоретические основы формирования корпоративной культуры

1.1 Понятие, истоки и источники корпоративной культуры

В настоящее время все чаще и чаще мы сталкиваемся с таким понятием, как «корпоративная культура». Новый сотрудник, вступая в команду, сразу же изучает корпоративную культуру. Так что же это такое - корпоративная культура, так ли она важна или все-таки второстепенна, плоха или хороша, мы постараемся дальше разобраться в нашей работе.

Несмотря на частое употребление этого термина, многие люди до сих пор просто не задумываются о таком явлении, как корпоративная культура, или не придают ему серьезного значения. Так, по данным журнала «Карьера» в США около 63% выпускников MBA интересовались видом корпоративной культуры при приеме на работу, поставив этот параметр на первое место из 11, и только 38% были больше обеспокоены перспективами карьерного роста.

Так что же такое корпоративная культура? [1, с. 80-83]

Корпоративная культура - это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих друг с другом, присущих определенной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и материальной среде, проявляющихся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды.

Корпоративная культура существует в каждой организации. И у каждой организации есть своя, она индивидуальна, потому что состоит из множества присущих ей характеристик. Это и устоявшийся тип

взаимодействия между людьми, и внутренние процессы, и поведенческие сценарии и т.д. То, что принято в одной компании, абсолютно неуместно в другой. Центральным вопросом здесь является не преобладающий тип корпоративной культуры в организации, а степень ее соответствия целям и задачам всей компании и отдела продаж в частности.

Корпоративная культура включает в себя четыре основных структурных элемента: видение или философию организации, преобладающую систему ценностей, нормы и правила поведения и, наконец, процедуры и ритуалы поведения, принятые в этой организации.

Видение организации объясняет причину ее существования, социальный статус, характер отношений с внешней средой и сотрудниками. Это также хороший инструмент для мотивации сотрудников, особенно в крупных децентрализованных организациях, он помогает объединиться, объединить деятельность людей в одном направлении. Видение не подчеркивает стремление коммерческих организаций получать прибыль, оно объединяет индивидуальные идеалы всех участников организации в единый стандарт ценностей.

Кроме того, видение создает ощущение перспективы в деятельности организации, обеспечивает преемственность последовательных целей. Самая важная цель видения - понять смысл работы и мотивировать сотрудников организации. [2, с. 35-38]

Вторым элементом корпоративной культуры является совокупность господствующих ценностей, которыми руководствуется руководство и большинство сотрудников при принятии управленческих решений. Ценности определяют характер целей, поставленных перед организацией ее руководителями, а также их реакцию на изменения, в том числе в экстремальных ситуациях.

Третьим структурным элементом корпоративной культуры являются нормы и правила поведения, которых придерживается организация в своих взаимоотношениях с сотрудниками и внешней средой. Отделенные от всех сотрудников, эти нормы позволяют организации постоянно достигать поставленных целей, а определенный характер отношений внутри организации формирует ее морально-психологический климат, который определяет, какой тип сотрудника будет в ней работать. Нормы и правила поведения в разных организациях все равно отличаются друг от друга. В некоторых случаях сотрудникам предписывается соблюдать требования, более строгие, чем те, которые предусмотрены государственными законами, с приоритетом внутриорганизационных требований.

1. Корпоративная культура: Какой ей быть? / Н. Г. Солодова. // Вестник ИГЭА. 2016. № 2. С. 80-83.
2. Корпоративная культура: «костюм» успешного бизнеса / В. В. Козлов. // Управление персоналом. 2016. №11. С. 35-38.
3. Корпоративная культура - важнейший инструмент делового администрирования / В. В. Андрианов. // Технологии. Оборудование. Материалы. 2017. № 4. С. 4-5.
4. Корпоративная культура в профессиональном ракурсе // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2017. № 12. С. 22.
5. Корпоративная культура в профессиональном ракурсе / А. Кондратьев. // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2015. № 12. С. 22-25.
6. Спивак В.А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. СПб.: Питер, 2016. 654 с.
7. Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика. - М.: Питер, 2015.
8. Спивак В. А. Корпоративная культура. – СПб: Питер, 2015.
9. Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент корпоративной культуры// УП, №11(53), 2015.
10. Формирование и развитие корпоративной культуры предприятия. //http://www. emd.ru/consulting/same/same_corp_6.html

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/kontrolnaya-rabota/199036>