

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/82282>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

Глава 1. Теоретические аспекты формирования корпоративной культуры организации 5

1.1. Корпоративная культура и главные элементы ее структуры 5

1.2. Факторы формирования корпоративной культуры предприятия 10

1.3. Методы, алгоритмы и технологии оценки корпоративной культуры 11

Глава 2. Оценка развития корпоративной культуры на примере ООО «Праздничный Город» 13

2.1. Характеристика ООО «Праздничный Город» 13

2.2. Оценка эффективности развития корпоративной культуры ООО «Праздничный Город» 14

2.3. Совершенствование корпоративной культуры ООО «Праздничный Город» 27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 34

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ 36

ПРИЛОЖЕНИЕ 38

ВВЕДЕНИЕ

Роль корпоративной культуры в бизнесе чрезвычайно важна, так как её влияние отражается на социальной и кадровой политике, инновациях, маркетинге, результатах продаж. Корпоративная культура является объединяющим фактором для сотрудников организации вокруг единой цели, установок, направленных на успешное функционирование и развитие организации. Она способствует формированию имиджа организации. Корпоративная культура играет, чуть ли не ведущую роль в духовном развитии сотрудников, а также, способствует раскрытию их потенциала, как в плане работы, так и личностного потенциала.

Следовательно, реализация мероприятий по совершенствованию корпоративной культуры будет способствовать повышению общего потенциала организации и достижению ею как краткосрочных,

3

так и долгосрочных целей в её развитии. Ведущими мероприятиями при этом являются: обучение, корпоративные праздники, совместный досуг, система социальной ответственности организации. Несомненно, проводимая организацией успешная кадровая политика способствует формированию качественной корпоративной культуры.

Изученный зарубежный опыт, успешно используется российскими организациями при формировании и совершенствовании корпоративной культуры. Следовательно, все больше российских организаций стало уделять внимание развитию кадрового потенциала, сплочению трудового коллектива и социальной ответственности. Таким образом, тема выпускной квалификационной работы является актуальной и востребованной.

Целью работы является совершенствование корпоративной культуры.

Достижение поставленной цели подразумевает ряд задач, планомерное решение которых поможет в детальном изучении и раскрытии темы выпускной квалификационной работы:

изучить корпоративную культуру и главные элементы ее структуры;

выявить роль и место корпоративной культуры;

рассмотреть методы, алгоритмы и технологии оценки корпоративной культуры;

представить характеристику деятельности ООО «Праздничный Город»;

провести анализ развития и современного состояния корпоративной культуры ООО «Праздничный Город»;

разработать методы развития корпоративной культуры и системы управления знаниями;

дать оценку эффективности методов развития корпоративной культуры и системы управления знаниями.

Объект исследования – ООО «Праздничный Город».

Предметом исследования выступают инструменты корпоративной культуры для совершенствования и поддержания полученных изменений в корпоративной культуре ООО «Праздничный Город».

Теоретико-методологической основой выпускной квалификационной работы выступают труды зарубежных авторов, основоположники целенаправленного изучения корпоративной культуры, труды которых стали первыми исследованиями в этом вопросе.

Среди российских специалистов особо выделяют труды таких авторов: А. Я. Кибанов, В. А. Спивак, И. В. Пригожин, А. А. Спирин, Е. Г. Молл, А. В. Кезин, М. В. Дубинина, В. А. Баринев, Л. В. Макаров.

Методы научного анализа, применяемые в работе, – восхождение от абстрактного к конкретному, социологический инструментарий (структурированное интервью, включенное наблюдение, вторичный анализ).

Работа состоит из введения, двух глав, списка источников и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

4

1.1. Корпоративная культура и главные элементы ее структуры

С конца 90-х понятие «корпоративная культура» прочно вошло в лексикон отечественного бизнеса.

Ставшие уже классическими, труды М. Портера, Р. Каплана, Д. Нортон и др., подтолкнули многие российские компании к проведению сессий по формулированию Стратегии и элементов корпоративной философии. Где-то это происходило осознанно: проводился анализ, формулирование и трансляция, поддерживающие проекты. А где-то заканчивалось постановкой задачи отделу маркетинга или hr. И расположением на видном месте в офисе или корпоративном сайте .

Корпоративная культура компании является выражением ценностей, установок и моделей поведения всех ее членов (акционеров, менеджмента и сотрудников), сформировавшихся в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции.

Основная цель любой организации – долговременность существования и/или финансовая эффективность. Но каждая компания определяет способы своего существования и поведение на рынке. Это и есть Стратегия – цель и способы существования.

Цели и способы их достижения определяются акционерами и топ-менеджментом. И именно в Стратегии находят свое отражение ценности и компетенции первых лиц компании. А это, как мы понимаем, составляет большую (но не основную) долю корпоративной культуры.

Например, компания выбирает стратегию роста на рынке за счет интенсификации продаж и активного поведения в отношении конкурентов и клиентов. Это требует от всех сотрудников наличия высокой ориентации на результат, конкурентности во внутренней среде. Без установки у руководства компании, что такая внутренняя конкуренция может быть полезной, осуществление такой стратегии будет невозможно: попытки удаления неэффективных сотрудников будет встречать сопротивление («у нас не принято расставаться или понижать сотрудников»).

Таким образом, корпоративная философия и культура являются частью Стратегии компании. Или взаимопроникающими и взаимозависимыми элементами единого целого. Как Инь и Янь.

Корпоративная культура превратилась в ключевой инструмент управления персоналом в эпоху экономики знаний, когда человеческие ресурсы стали рассматриваться как основной ресурс организации. Чтобы компании сферы услуг могли достичь успеха, необходимы не только высокая производительность сотрудников и высокое качество услуг, но и лояльность потребителей.

Концепция корпоративной культуры была разработана в США в 1980-е гг., когда исследования в области стратегического управления и индивидуального поведения предприятий зашли в тупик и потребовались новые подходы для повышения эффективности труда. Сегодня корпоративная культура – важная составляющая конкурентной борьбы, система ценностей компании, мнений, привычек и норм поведения сотрудников. Понятие включает как социально-психологический климат, так и фактор внутренней среды, влияющий на управление персоналом .

Во многих западных компаниях корпоративную культуру воспринимают как метод управления, призванный побуждать людей к производительному труду. При этом в качестве средств используют следующие:

5

вовлечение работников в дела компании;

воспитание личности;

использование индивидуального подхода к каждому сотруднику;

развитие фирменного стиля;

построение корпоративной структуры;

развитие различных форм общественной жизни.

Проведенный компанией Gallup опрос показал: равнодушный персонал стоит экономике США около \$300 млрд ежегодно (из-за спада производительности). Ключ к резкому повышению эффективности организации не только в правильном подборе сотрудников и их мотивации, но в одновременном понимании и разделении работниками целей, ценностей и деятельности, ориентированной на их достижение.

Следует понимать, что роль корпоративной культуры в управлении организацией обусловлена спецификой деятельности. Например, для производственных компаний главная цель корпоративной культуры – повышение производительности за счет мотивации персонала к труду посредством развития работников в разных направлениях.

Габриэль О’Донован предлагает рассматривать корпоративную культуру как единую систему, содержащую четыре основных качества, присущих личности:

духовное развитие (SQ);

умственное развитие (IQ);

эмоциональное развитие (EI);

физическое развитие (PQ).

Духовное развитие предполагает рассмотрение организации как экономической и социальной единицы, выполняющей свою миссию с социальной ответственностью, т.е. на основе определенных этических норм. Умственное развитие подразумевает предоставление персоналу возможности экспериментировать и учиться на своих ошибках, присвоение сотрудникам ролей, содержащих интеллектуальный вызов. Эмоциональное развитие предполагает создание корпоративной среды, основанной на доверии и эффективных коммуникациях. Она должна предоставить персоналу свободу в проявлении своих эмоций, помочь управлять ими.

ее изменения.

1. Аширов, Д. А. Управление персоналом / Д.А. Аширов. – М.: ТК Велби, Проспект, 2017. – 432 с.
2. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров. – М.: Академия, 2017. – 224 с.
3. Баранова, И. П. Организационное поведение / И.П. Баранова. – М.: Маркет ДС, 2018. – 168 с.
- 6
4. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2016. – 320 с.
5. Герш, М.В. Организационная культура / М.В. Герш // Отдел кадров коммерческой организации. – 2017. – № 3. – С. 24–26.
6. Доронина, О. Тип организационной культуры: как выбрать подходящий для своей организации? / О. Доронина // Консультант. – 2017. – № 3. – С.5–39.
7. Зайцев, Л. Г. Организационное поведение / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. – М.: Магистр, 2018. – 464 с.
8. Зайцева, Н. А. Управление персоналом в гостиницах / Н.А. Зайцева. – М.: Дрофа, 2018. – 416 с.
9. Захаров, Н. Л. Организационное поведение государственных служащих / Н.Л. Захаров. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 240 с.
10. Иванникова, Н. Н. Организационная культура. Краткий курс / Н.Н. Иванникова, Д.А. Лурье. – М.: Окей-книга, 2016. – 128 с.
11. Игошина, И.А. Организационное поведение / И.А. Игошина. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 969 с.
12. Кабкова, Е. Н. Шпаргалка по теории организации / Е.Н. Кабкова. – М.: Аллель, 2017. – 423 с.
13. Козлов, В.В. Организационное поведение в структурно-логических схемах / В.В. Козлов. – М.: Альфа-пресс, 2018. – 824 с.
14. Коновалов, В. Поддержка самых работоспособных, или как правильно разработать кадровую политику / В. Коновалов // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2016. – № 1. – С. 11–13.
15. Корпоративная социальная ответственность. Учебник. – М.: Юрайт, 2018. – 446 с.
16. Лапина, Т. А. Корпоративная Культура: Учебно-Методическое Пособие / Лапина Т. А. – Москва: Гостехиздат, 2017. – 777 с.
17. Ларина, О.И. Банковское дело. практикум: Учебное пособие для академического бакалавриата / О.И. Ларина. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 251 с.
18. Лебедько, С. Зарубежный опыт мотивации персонала / С. Лебедько // Нормирование и оплата труда на автомобильном транспорте. – 2016. – № 9. – С. 6.
19. Литвинюк, А. А. Организационное поведение. Учебник / А.А. Литвинюк. – М.: Юрайт, 2017. –

527 с.

20. Макарова, И.К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента: Учебное пособие / И.К. Макарова. – М.: Дело АНХ, 2018. – 422 с.

21. Макринова, Е.И. Управление персоналом в гостиничном менеджменте: Учебное пособие / Е.И. Макринова, А.Г. Васильев, А.С. Васильева. – СПб.: Троицкий мост, 2018. – 208 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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/82282>