



# РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ СТАНДАРТОВ

БЕКЛЕМЕШЕВА Е.В. К.э.н., доцент КГТУ

# ЛЕКЦИЯ 1. ВВЕДЕНИЕ В ДИСЦИПЛИНУ

1. Цель и задачи дисциплины. Место дисциплины в структуре образовательной программы.
  2. Корпоративное право: понятие, сущность, значение.
  3. Разделы корпоративного кодекса.
  4. Разработка и принятие этических кодексов в организациях.
- **Борьба с коррупцией: международный опыт и национальная стратегия по борьбе с коррупцией в России.**  
– задание на практическое занятие

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Разработка и внедрение корпоративных стандартов» является дисциплиной, формирующей у обучающихся готовность к овладению современными технологиями, методиками, техниками разработки и внедрения корпоративных стандартов в области управления персоналом

Целью освоения дисциплины является формирование теоретических знаний и практических навыков по вопросам разработки и внедрения корпоративных стандартов в области управления персоналом.

Освоение дисциплины предполагает:

- создание целостного представления основ систематических знаний в области корпоративных стандартов, имеющих нормативные, функциональные особенности, которые выступают организующим началом современных (креативных) корпораций-сообществ, корпоративного управления и корпоративных отношений;
- усвоение современных теоретических представлений о взаимосвязь элементов организационной культуры и корпоративных стандартов деятельности;
- овладение основами принципами построения системы корпоративных стандартов как инструментом корпоративного развития;
- приобретение базовых навыков внедрения системы корпоративных стандартов.

## Место дисциплины:

Дисциплина Б1.В.04 «Разработка и внедрение корпоративных стандартов» относится к Блоку 1 вариативной части образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.03 - Управление персоналом, профиль «Стратегическое управление персоналом».

Дисциплина опирается на профессиональные компетенции, общие экономические, управленческие знания, умения и навыки обучающихся, полученные на предыдущем уровне образования при освоении компетенций, полученных при изучении таких дисциплин как: «Философия и методология научных исследований», «Самоменеджмент и эффективное руководство», «Экономика труда и заработной платы(магистерский курс)», «Информационные технологии профессиональной деятельности».

Дисциплина является базой для получения навыков профессиональной деятельности при изучении таких дисциплин как «Исследования в системе управления персоналом», «Политика обучения и развития персонала», «Управление организационным поведением», «Разработка и реализация кадровой политики организации», «Технологии кадрового аудита и деловой оценки», «Обеспечение организации трудовыми ресурсами», а также при освоении дисциплин из выбранного модуля по выбору студента: «Организация и нормирование труда в РХК», либо «Современные подходы к организации и нормированию труда».

## 2. ПОНЯТИЕ КОРПОРАТИВНОГО ПРАВА

- Корпоративное право - подотрасль гражданского права, нормы которой направлены на урегулирование общественных отношений по организации и деятельности предприятий и организаций, выступающих субъектами гражданского права. Слово "корпоративное" происходит от латинского корня, означающего объединение, корпорацию, общество, союз, приложение совместных усилий, наличие общего.
- Термин "корпоративное право" понимают двояко - в широком и узком смысле. В широком смысле корпоративное право - это совокупность юридических норм, регулирующих правовой статус, порядок деятельности и создания хозяйственных обществ и товариществ. **В узком смысле корпоративное право - это система правил, установленных собственником или администрацией коммерческой организации и регулирующих правоотношения внутри данной организации.**

# КОРПОРАТИВНЫЕ КОДЕКСЫ

- Корпоративные кодексы принимаются, прежде всего, с целью улучшения корпоративного управления. Надлежащий уровень такого управления существенно уменьшает риск возникновения разногласий, приводящих к корпоративным конфликтам.
- Кодекс корпоративной этики может выполнять три основные функции:
  - репутационную;
  - управленческую;
  - развития корпоративной культуры.

# РАЗДЕЛЫ КОРПОРАТИВНОГО КОДЕКСА

1. Послание от руководителей компании;
2. Миссия организации и корпоративные мифы: *Стратегическая миссия*  
Философская миссия Миссия-слоган. История создания и деятельности компании. Выдающиеся случаи, прецеденты поведения, корпоративные герои
3. Организационная структура компании, главные персоналии;
4. Цели и задачи организации, основные товары и услуги;
5. Ответственность. Ответственность персонала компании перед клиентами, подрядчиками, акционерами. Ответственность компании перед коллективом организации
6. Внутренняя политика компании: Кадровая политика. Социальная политика. Взаимоотношения в коллективе. Обязанности сотрудников. Обязанности руководства. Организация найма. Политика в области оплаты труда работников компании. Социальный пакет, предоставляемый работникам компании. Взаимоотношения с руководителем. Внешний вид и речь сотрудников. Отношение к клиентам, партнерам, конкурентам. Обслуживание клиентов. Работа с жалобами и претензиями. Этические проблемы, возникающие при разборе жалоб претензий. Позиция по отношению к конкурентам
7. Требования к персоналу. Уровень профессионализма. Лояльность. Системы ценностей организации. Нормы поведения персонала, стандарты и регламенты.

# ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС

Одним из важнейших показателей, указывающих на зрелость организации, является наличие собственного этического кодекса в организации.

Этический кодекс организации (корпоративный этический кодекс) определяет правила поведения работников организации и принципы управления, и принципы, на которых строятся взаимоотношения организации с сообществом . Корпоративный этический кодекс обычно содержит две основные части - **идеологическую и нормативную**.

В идеологической части прописывается смысл существования и деятельности организации – ее главная цель (миссия организации) и корпоративные ценности.

В нормативной части отражены желаемые нормы поведения сотрудников. Кроме того именно нормативная часть кодекса указывает на варианты поведения сотрудников в различных ситуациях.



# МИССИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

- **Миссия** (англ. *mission*) — основная цель организации, смысл её существования. Миссия — одно из основополагающих понятий стратегического управления. Разные учёные давали различные формулировки миссии.
- «Миссия — смысл существования компании с позиции удовлетворения потребностей клиентов, реализации конкурентных преимуществ, мотивации сотрудников фирмы»
- «Миссия — это основная общая цель организации — четко выраженная причина её существования. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии» (Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури). [источник не указан 3549 дней]
- «Миссия — это философия и предназначение, смысл существования организации» (Виханский О. С.). {Лекция по Основам Менеджмента ВШБ}
- Миссия организации определяется на этапе становления организации и редко меняется.
- В качестве примера реальной миссии компании мирового уровня можно привести миссию компании Matsushita, которую Коносуке Мацусита определял как борьбу с бедностью общества и повышение его благосостояния.

# ФОРМУЛИРОВАНИЕ МИССИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Обычно миссия формулируется в двух вариантах.

**Короткий вариант** миссии представляет собой 1—2 коротких предложения — брендовый слоган организации, направленный прежде всего на формирование корпоративного имиджа организации в обществе.

**Расширенный вариант** миссии чаще всего формулируется для внутреннего пользования и должен подробно раскрывать все необходимые аспекты миссии, среди них:

- цель функционирования организации,
- область деятельности организации,
- философия организации,
- методы достижения поставленных целей,
- методы взаимодействия организации с обществом (социальная политика организации).

# ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

Привести 2-3 примера миссии организации в кратком и расширенном вариантах.

Сформулировать миссию организации – вашего работодателя или (при отсутствии такового) – вуза, в котором вы обучаетесь.

Выполнить анализ миссии.

Работу выполняем, высылаем через ЭИОС или электронную почту до завтра.

Можно представить результаты в форме презентации на занятии 14 мая