

Формирование и продвижение корпоративной культуры в организации

Выполнила студентка 4 курса
Владимирова Ксения

Рассматриваемые вопросы

1. Сущность и основные этапы коммуникационного процесса.
2. Создание корпоративной культуры.
3. Этика деловых отношений.

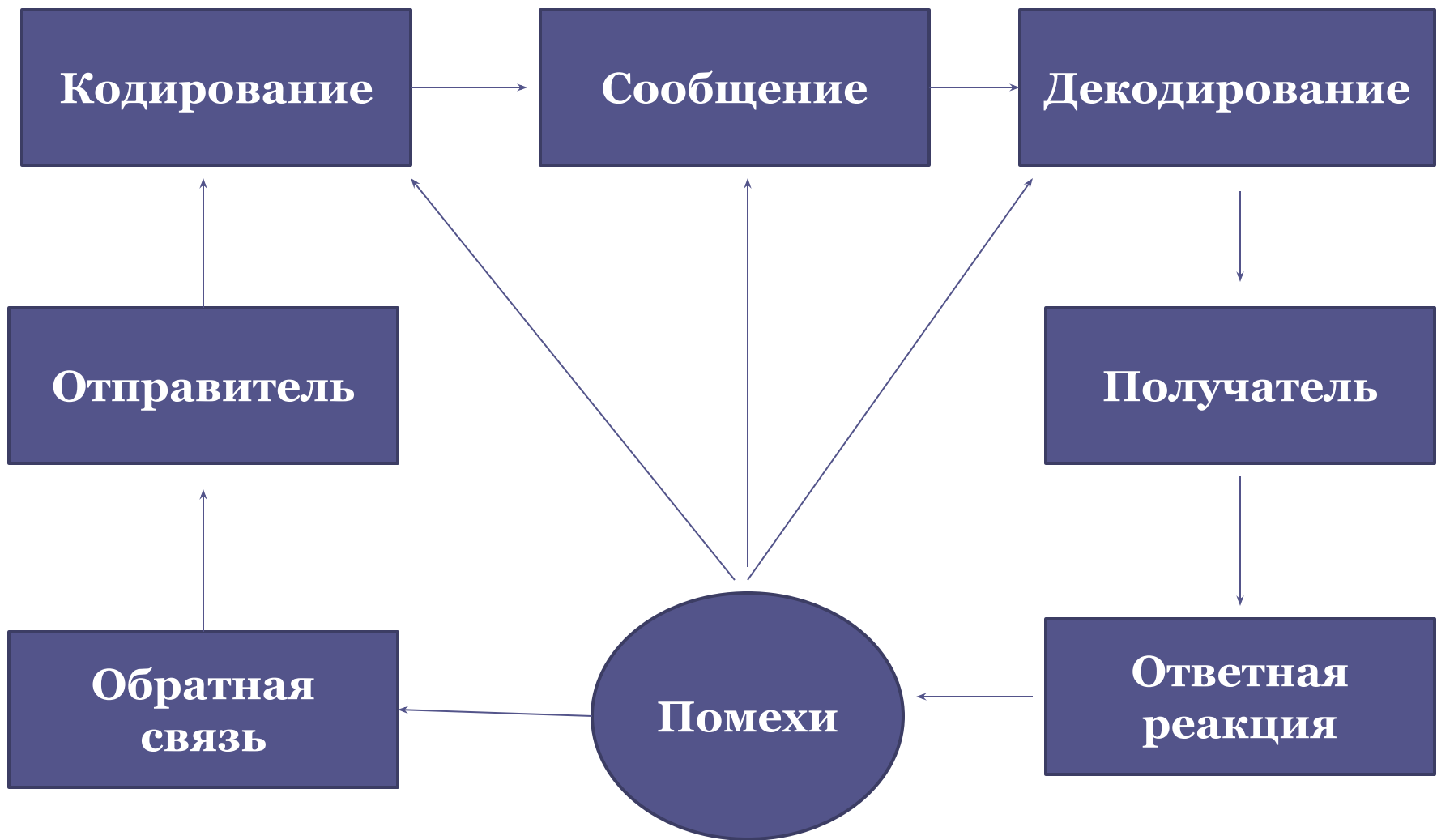
Сущность и основные этапы коммуникационного процесса

Коммуникации и управление ими

Коммуникация – это процесс передачи и обмена информацией сообщающихся сторон.

Этапы коммуникации:

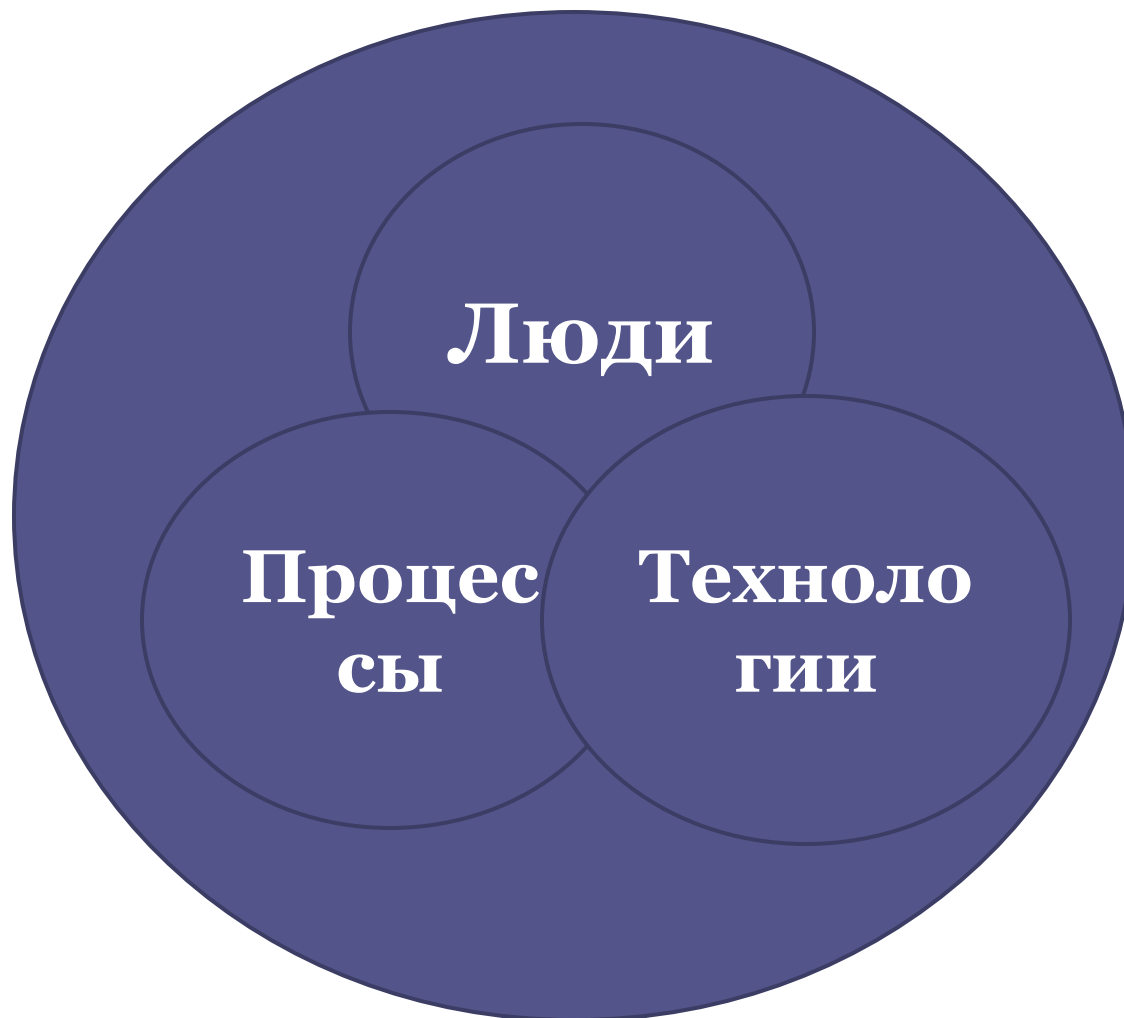
- Структурные (отправитель, сообщение, получатель)
- Функциональные (кодировка и декодировка сообщения, ответная реакция, обратная связь, помехи)



Цели коммуникационного процесса

- Выразить свои чувства или эмоции (социальная цель);
- Получить или предоставить информацию (профессиональная цель);
- Оказать влияние на поведение других членов организации.

Управление коммуникациями



Формы коммуникации и их содержание

Коммуникации бывают:

- Вербальные (устные и письменные)
- Невербальные
- Внешние
- Внутренние

Основные средства невербальной коммуникации

- **Мимика**

- **Взгляд**

«бегающие глаза», увеличение зрачков, отвод и опускание глаз, сужение зрачков и т.д.

- **Жесты**

Активная жестикуляция, сжатие кулаков, поглаживание подбородка, суетливость рук и т.д.

- **Поза**
- **Непроизвольные реакции**

Бледность лица, покраснение лица, испарина,
пот, дрожь и т.д.

Корпоративные коммуникации



Коммуникационные барьеры

- Различие в восприятии
- Семантика
- Субъективная оценка
- Навыки коммуникации
- Культурные различия

Принципы активного слушателя

- Не перебивать говорящего
- Расположить собеседника к себе
- Избегать постороннего вмешательства
- Продемонстрировать заинтересованность
- Избегать споров на этапе получения информации
- Задавать вопросы

Обратная связь

- Должна быть своевременной
- Должна включать уточняющие вопросы
- Не должна давать оценок оригинальному посланию

Создание корпоративной культуры

Основы формирования корпоративной культуры

Формирование корпоративной культуры предполагает создание персоналу организации таких трудовых, социальных, бытовых, психологических и других условий, в которых он чувствовал бы себя комфортно.

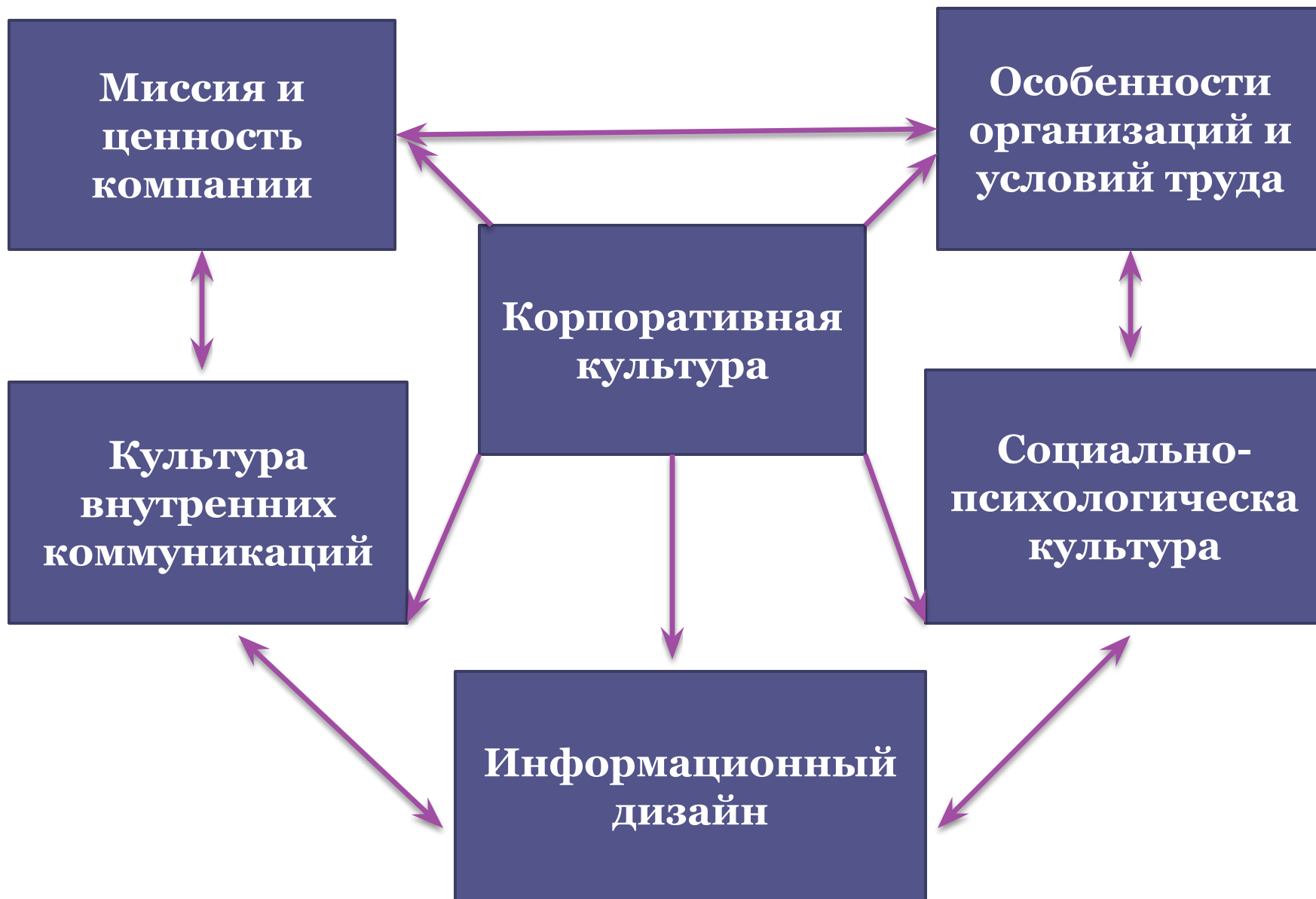
Характеристики по Ф. Харрису и Р. Морану

- Оценивание себя и своего места в организации
- Коммуникационная система и язык общения
- Внешний вид
- Привычки и традиции
- Осознание времени

- Взаимоотношения между людьми
- Ценности и нормы
- Вера во что-то и отношение или расположение к чему-то
- Процесс развития работника и научение
- Трудовая этика и мотивирование

| Тип корпоративной культуры | Основные ценности |
|----------------------------|---|
| Бюрократический | Системный подход к ведению дел, лояльность, следование регламенту |
| Органический | Ответственность, заинтересованность, преданность |
| Предпринимательский | Инновации, творческий подход, умение рисковать, инициативность |
| Командный | Ориентация на результат, здоровый формализм |

Типы корпоративных культур



МИССИЯ

Миссия любой компании – это её социальное предназначение, то есть то, что общество ждет от функционирования данной организации.

Ценности

Ценности – устойчивые убеждения о предпочтении одного представления по отношению к другому.

Особенности организации и условий труда

Особенности организации и условий труда выражают культуру и профессионализм руководства и подчиненных, а так же определенную зрелость коллектива.

Культура внутренних коммуникаций

1. Собrania, совещания, встречи с руководителем
2. Информационные стенды и корпоративные издания
3. Корпоративные праздники

Социально-психологическая культура

Социально-психологическая культура состоит из:

- Социально-психологического климата
- Системы мотивации и стимулирования персонала

Информационный дизайн

- Эмблема (логотип)
- Товарный знак
- Фирменные цвета
- Слоган

Оформительский дизайн

- Система указателей в помещении
- «Дресс-код» персонала
- «Бейджи с именами и должностями

Укрепление корпоративной культуры в организации

Подходы к укреплению
корпоративной культуры:

- Лояльность с первых шагов
- Информативность персонала
- Обратная связь с сотрудниками

- Грамотное корпоративное мероприятие
- Спортивные мероприятия
- Публичное признание заслуг персонала
- Самореализация сотрудников

Этика деловых отношений

Профессиональная этика

Общая основа профессиональной этики – понимание труда как нравственной ценности.

Профессиональная этика представляет собой систему моральных принципов, норм и правил поведения специалиста с учетом особенности его профессиональной деятельности.

Принципы профессиональной этики

- Профессиональная солидарность
- Особое понимание долга и чести
- Особая форма ответственности

Виды профессиональной этики

- Педагогическая
- Медицинская
- Юридическая
- Этика ученого
- Творческая этика
- Инженерная этика
- Деловая этика или этика бизнеса
- Другие

Деловой этикет

Деловой этикет – важнейшая сторона морали профессионального поведения делового человека.

Этикет – установленный порядок поведения чего-либо.

Правила делового этикета являются общепринятыми в международном деловом общении.

6 правил Джен Ягер

1. **Делайте все вовремя!**
2. **Не болтайте лишнего!**
3. **Будьте любезны,
доброжелательны и приветливы!**
4. **Думайте о других, а не только о себе!**
5. **Одевайтесь как положено!**
6. **Говорите и пишите правильно!**

Стиль руководства

Стиль руководства – способ, система методов воздействия руководителя на подчиненных.

Стили руководства

1. Директивный стиль (авторитарный)
2. Демократический стиль
(коллегиальный)
3. Либеральный стиль (попустительский
или анархический)

Шесть стилей управления по Д. Голману

1. Принуждающий (Делай, как я сказал!)
2. Авторитетный (Иди за мной!)
3. Отеческий (Главное – люди!)
4. Демократичный (Хочу узнать ваше мнение!)
5. Эталонный (Делай, как я!)
6. Наставнический (Попробуй так!)

Результативность

Чем больше стилей в арсенале
руководителя, тем лучше.

Типология руководителей

1. Деспот
2. «Патриарх»
3. «Борец-одиночка»
4. «Железная леди»
5. «Старшая сестра»

Харизма

Харизма – способность убеждать и вести за собой.

Это потенциал личности, который актуален для определенного круга людей.

Харизма – относительное понятие.

Список используемой литературы

В.М. Маслова «Управление персоналом»

Интернет-ресурсы

Спасибо за внимание!