УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

Презентация дисциплины

«Управление корпоративной культурой»

Докладчик: Макарченко Марина Арнольдовна проф., д.э.н

ITsMOre than a UNIVERSITY

Лекция 5. Связь культуры и структуры организации

Структура лекции

1. Информационная структура
2. Связь культуры и структуры

Автор и докладчик М.А. Макарченко

Структура **-** совокупность составляющих систему элементов и устойчивых связей между ними.

Что может быть элементами организации как системы? Какие связи могут быть между ними?

Структура организации:

- Управленческая
- Производственная
- Информационная.

Обмен информацией между людьми также носит название ***коммуникации.***

Внешние коммуникации. Это обмен информацией между организацией и ее внешней средой. Любая организация существует во взаимодействии со своей внешней средой. И от того, какие факторы этой среды (потребители, конкуренты, органы государственного регулирования, общественное мнение и т. д.) оказывают наибольшее влияние на работу организации и ее результаты, зависят характер и способы ее коммуникаций

Внутренние коммуникации. Под ними понимаются инфор мационные обмены, осуществляемые между элементами организации. Внутри организации обмены информацией происходят между уровнями руководства (***вертикальные коммуникации***) й между подразделениями (***горизонтальные коммуникации***).

Важной **проблемой** функционирования любой организации является эффективность и качество коммуникаций. Эффективность коммуникации по горизонтальным и верти кальным направлениям различна. ***Как вы думаете эффективность каких коммуникаций выше – вертикальных или горизонтальных?***

Эффективность сообщений, направленных по горизонтальным каналам, значительно выше — она достигает 90%. Информация же, направленная по вертикальным каналам, в значительно большей мере теряется и искажается: усваивается только 20—25% информации, исходящей от руководства предприятия. Еще менее эффективны сообщения, идущие снизу вверх. Различие в эффективности потоков сообщений, идущих по вертикали и горизонтали, объясняется рядом причин. ***Каких?***

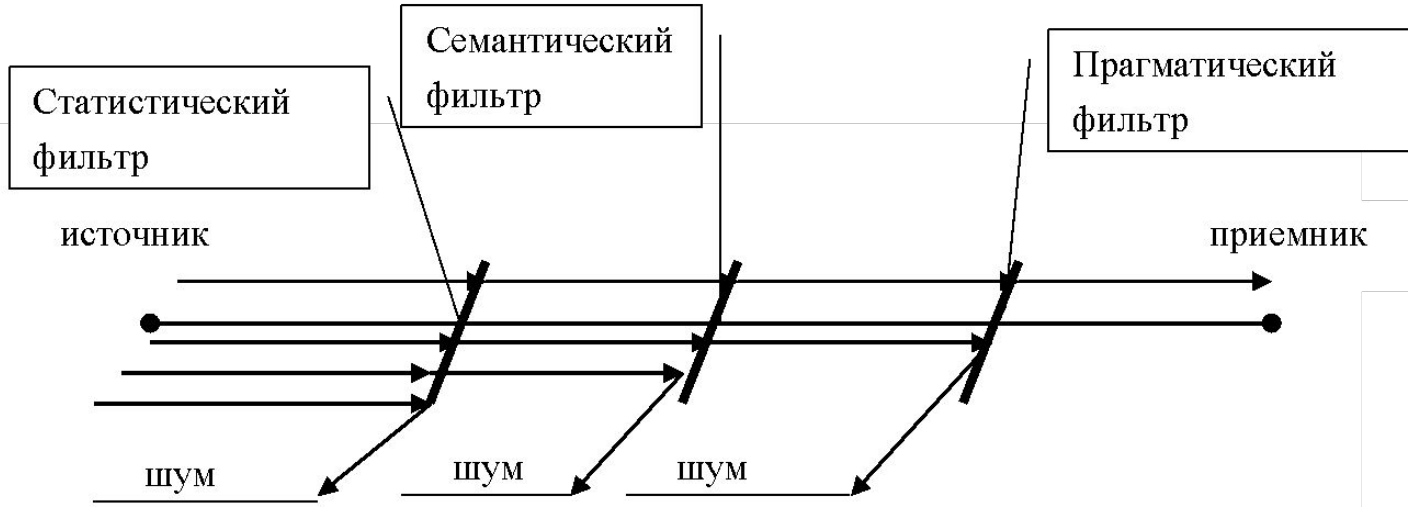


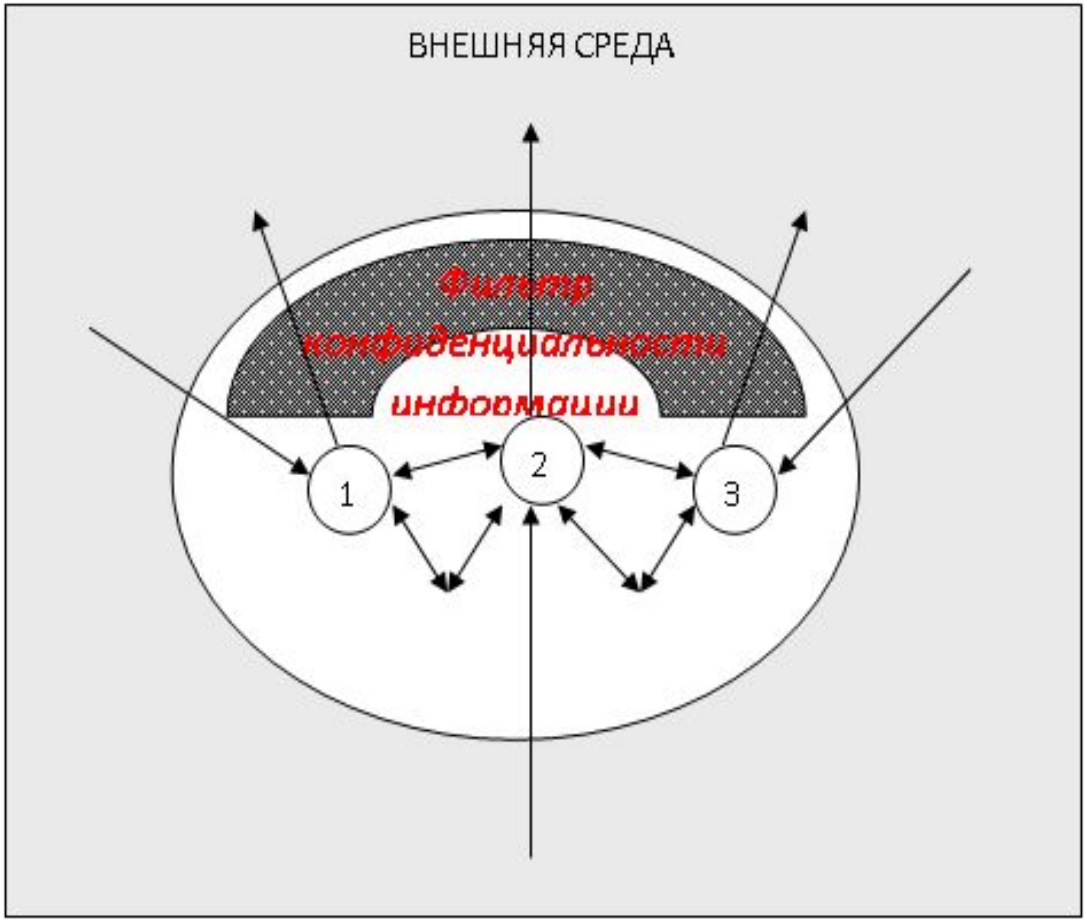
Рис. 1. Фильтры информационного потока

Формальные коммуникации способствуют достижению целей организации и выполнению официальных распоряжений руководителей.

Неформальные коммуникации. Наряду с формальной струк турой существует и неформальная, которая основана на лич ных, неслужебных, нерегламентированных отношениях, и, соответственно, кроме информации, передаваемой по официальным, формальным каналам, циркулирует и неофициальная информация, проще говоря, слухи,

передаваемые при помощи неформальных коммуникаций. Неформальные коммуникации способствуют удовлетворе нию потребностей людей в общении.

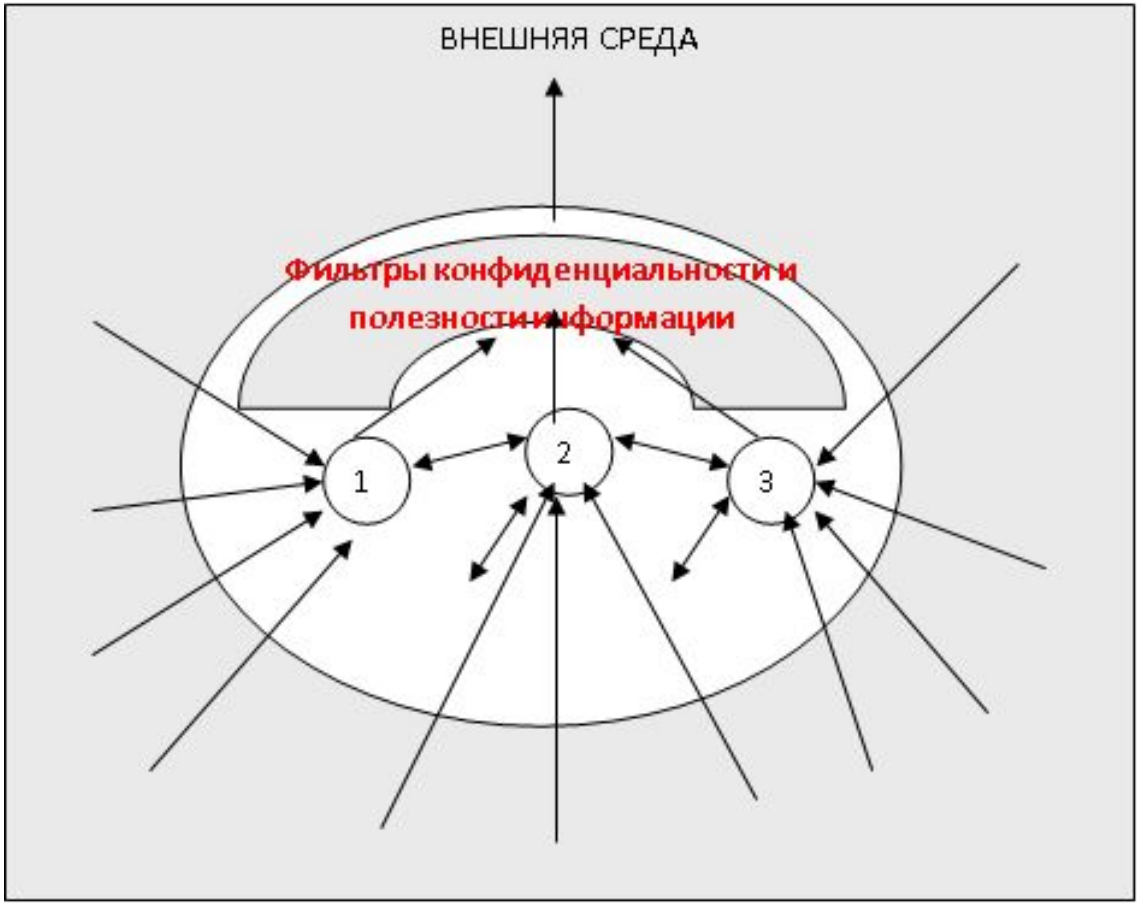
Информационная система организации с иерархической культурой



Рекламным и PR акциям фирм с высоким степенью влияния данного типа культуры свойственно:

- подробное перечисление преимуществ товара (услуги), с указанием таких характеристик как химический состав или структура ингредиентов;
- наличие в рекламном материале числовых данных;
- ссылка на авторитетные мнения;
- нарочитая «объективность» при относительно невысокой эмоциональности подачи текста.

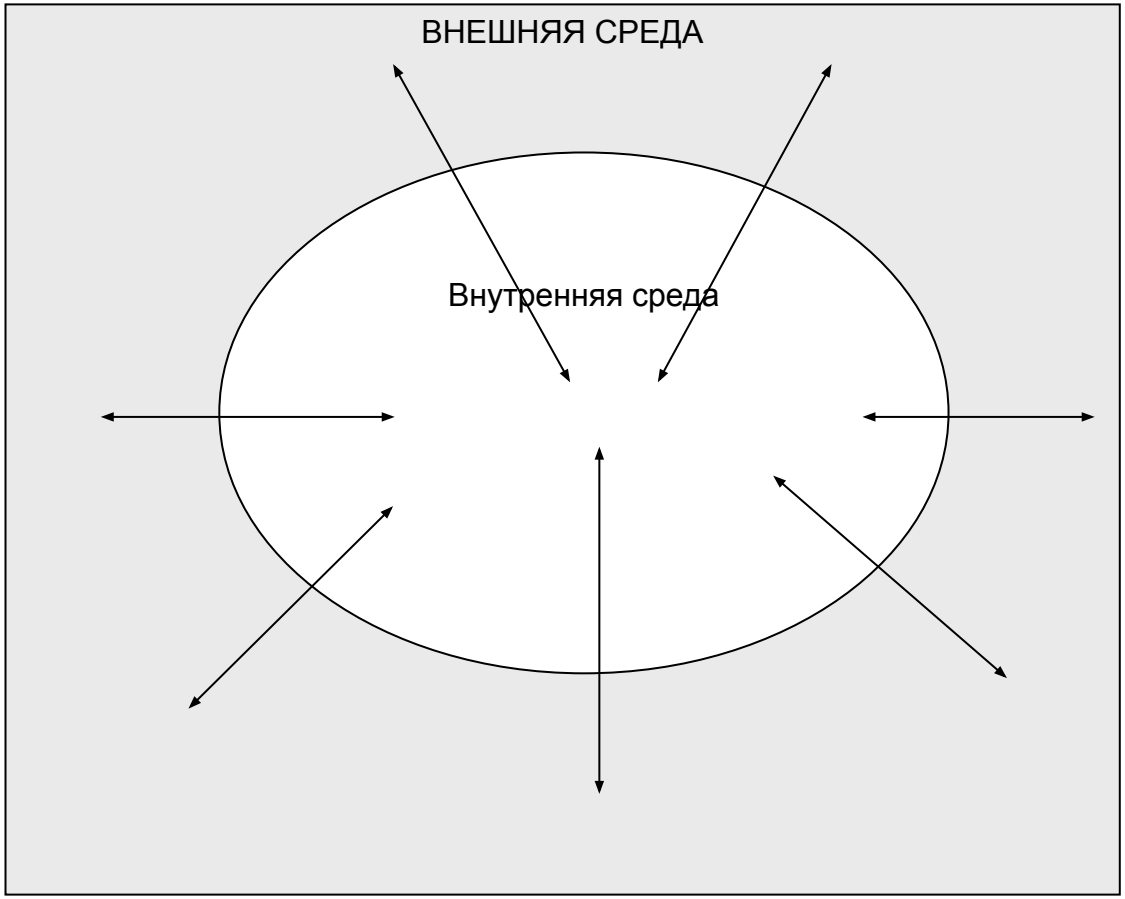
Информационная система организации с рыночной культурой



Рекламным и PR акциям фирм с высоким степенью влияния данного типа культуры свойственно:

- высокая интенсивность и настойчивость (значительный рекламный прессинг на потребителя);
- некоторая агрессивность подачи рекламного материала;
- наличие антирекламы (в явной или скрытой форме);
- наличие сознательной дезинформации) или сознательно сокрытие важной информации от клиентов и потребителей, если она может быть воспринята ими как негативная.

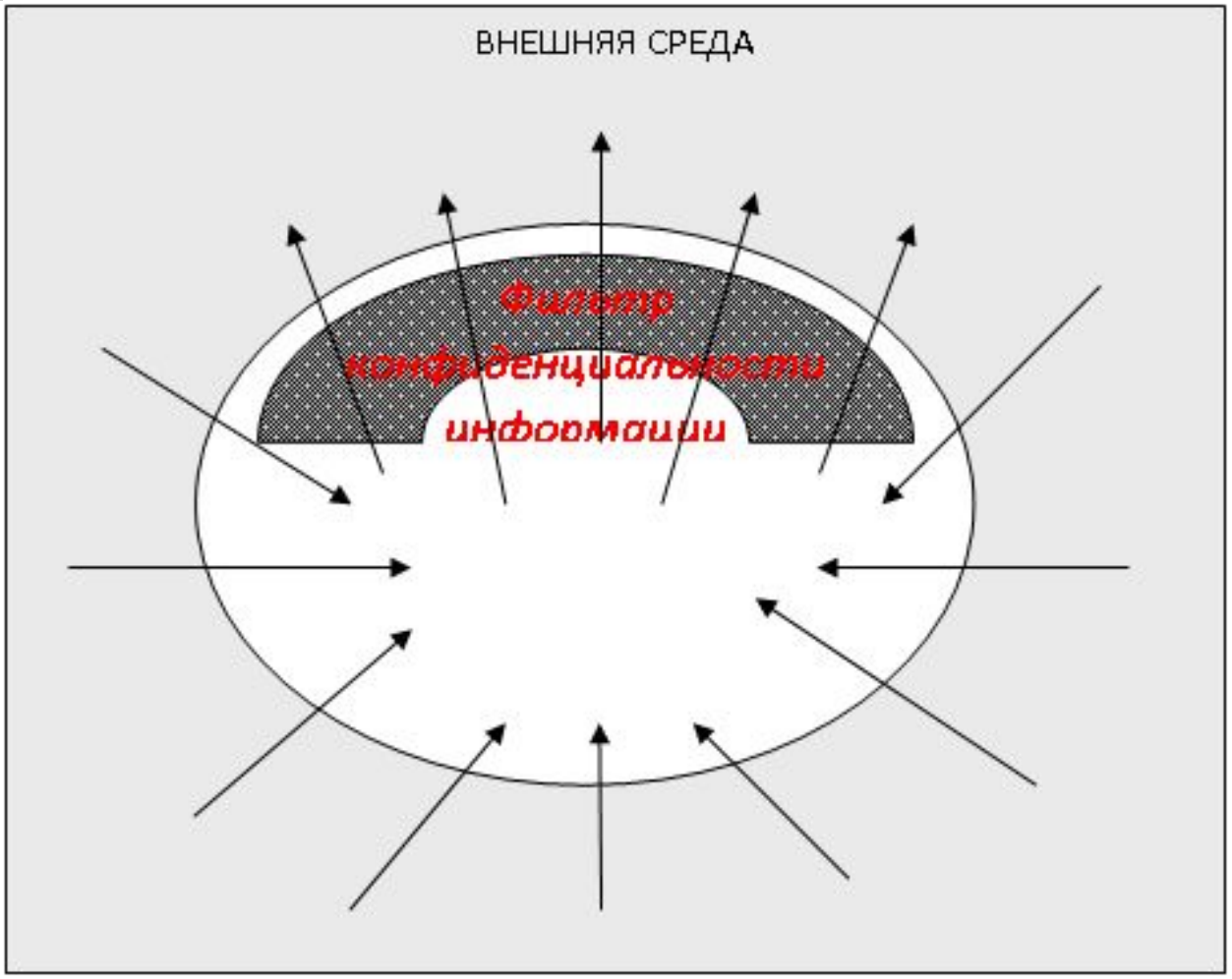
Информационная система организации с клановой культурой



Рекламным и PR акциям фирм с высоким степенью влияния данного типа культуры свойственно:

- ориентация не на рекламируемый продукт, а на потребителя;
- гуманизм и высокая эмоциональность подачи рекламного материала;
- низкая интенсивность рекламы;
- зачастую отсутствие рекламы как таковой («сарафанное радио»).

Информационная система организации с адхократической культурой



Рекламным и PR акциям фирм с высоким степенью влияния данного типа культуры свойственно:

характеристики данного типа культуры позволяют предположить, что в своей рекламной деятельности организация ориентирует потребителя на реальную новизну своей продукции, ее новаторские характеристики.

Основные характеристики двух типов информационных систем

Тип информационной системы	Соответствующий тип организационной культуры	Характеристики информационной системы
Структурная	Иерархическая Рыночная	Однозначность информационных потоков; Наличие четкой структуры; Относительная стабильность; Формальное (документальное) закрепление
Диффузная	Клановая Адхократическая	Обеспечение максимальной открытости информации внутри фирмы, широкий доступ к информации; Формирование временных элементов информационной системы; Относительная гибкость

3 адание

1. Вспомните классификацию культуры по г. Хофстиду. Она приведена на двух следующих слайдах.
2. Аргументировано ответьте на вопросы:

- К какому типу культуры можно отнести культуру СССР в начале 80х годов XX века?
- К какому типу культуры вы бы отнесли современную Россию?
- **3**. Вам дается 30 минут. Представьте результат в формате PDF и вышлите на почту на почту **mamakarchenko@itmo.ru** **и** **makarchenko68@mail.ru**

Автор и докладчик М.А. Макарченко

I. Более выраженный латинский тип	II. Менее выраженный латинский тип
Большая дистанция власти Сильное избегание неопределенности Средний или высокий индивидуализм Средняя мужественность	Большая дистанция власти Сильное избегание неопределенности Низкий индивидуализм Всевозможные степени мужественности
БЕЛЬГИЯ ФРАНЦИЯ АРГЕНТИНА БРАЗИЛИЯ ИСПАНИЯ ИТАЛИЯ	КОЛУМБИЯ МЕКСИКА ВЕНЕСУЭЛА ЧИЛИ ПЕРУ ПОРТУГАЛИЯ

III. Более развитый Азиатский тип	IV. Менее развитый Азиатский тип	V. Ближний Восток
Средняя дистанция власти Большое избегание неопределенности Средний индивидуализм Высокая мужественность	Большая дистанция власти Избегание неопределенности от малого до среднего Низкий индивидуализм Средняя мужественность	Большая дистанция власти Большое избегание неопределенности Низкий индивидуализм Средняя мужественность
ЯПОНИЯ	ПАКИСТАН ТАЙВАНЬ ТАИЛАНД ГОНК-КОНГ ИНДИЯ ФИЛЛИПИНЫ СИНГАПУР	ГРЕЦИЯ ИРАН ТУРЦИЯ ЮГОСЛАВИЯ

Автор и докладчик М.А. Макарченко

VI. Германский тип	VII. Английский тип	VIII. Нордический тип
Малая дистанция власти Избегание неопределенности от среднего до высокого Средний индивидуализм Мужественность от среднего до высокого	Дистанция власти от средней до большой Избегание неопределенности от низкого до среднего Высокий индивидуализм Высокая мужественность	Малая дистанция власти Избегание неопределенности от низкого до среднего Высокий индивидуализм Низкая мужественность (женственность)
АВСТРИЯ ИЗРАИЛЬ ГЕРМАНИЯ ШВЕЙЦАРИЯ	АВСТРАЛИЯ КАНАДА БРИТАНИЯ ИРЛАНДИЯ НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ США ЮАР	ДАНИЯ ФИНЛЯНДИЯ НИДЕРЛАНДЫ НОРВЕГИЯ ШВЕЦИЯ

Автор и докладчик М.А. Макарченко

Спасибо за внимание!