



Формирование корпоративной культуры

Корпоративная культура - это характер и дух организации, которые определяют ценности, мировосприятие, отношения, поведение сотрудников организации. Корпоративная культура – набор традиций, ценностей, политик, верований и отношений, которые создают устойчивый контекст тому, что мы делаем и тому, как воспринимаем. Культура – способ, с помощью которого мы создаем вещи в своем мире; осознание, что приемлемо и неприемлемо. При формировании или изменении культуры необходимо задействовать первичные и вторичные механизмы изменения.

Первичные механизмы изменения культуры:

1. Приоритеты лидеров (на что в первую очередь лидеры обращают внимание).
2. Реакция лидеров (как именно руководители реагируют на кризисные ситуации и проблемы).
3. Ролевое моделирование, обучение и коучинг, проводимый лидерами.
4. Критерии вознаграждения и определения статуса.
5. Критерии набора, продвижения и увольнения.

Вторичные механизмы изменения культуры:

1. Организационная структура.
2. Системы и процедуры.
3. Местоположение, оборудование, дизайн.
4. Истории, легенды, рассказы о событиях и людях.

Для изменения и развития элементов новой культуры необходимо:

1. Поддержание элементов традиционной культуры для сохранения ключевых ценностей.
2. Создание ощущения единства
3. Наличие нескольких ключевых идей (принципов), с которыми согласны все сотрудники (большинство), которое достигается с помощью различных методов: популяризация новых элементов, многократная коммуникация, объяснение, обсуждение, приведение в пример, вознаграждение.
4. Данные идеи поддерживаются и внедряются четкими правилами, политиками и процедурами.

Спецификация

Аудитория: руководители высшего и среднего звена

Продолжительность: 1-2 дня

Размер группы: 6-12 человек



Москва, ул.
Зоологическая, 30/2
тел. (495) 605 86 64
605 88 40
www.advance-group.ru
advance@advance.aog.ru

