**Лекция № 3**

**ТЕМА ЛЕКЦИИ Классификация психотипов личностей в рабочей группе.**

**План лекции:**

1.Понятие корпоративной культуры.

2.Функции корпоративной культуры.

3.Корпоративная этика.

**Рекомендуемая литература**

1. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Этика менеджмента: учеб. пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. – 272 с.

2. Горбатов А.В., Елескина О.В. Деловая этика: учебное пособие. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2007. – 142 с.

3. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 4-е изд., пер. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 415 с.

4. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: Учебник. 4-е изд. / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. – М.: ТК Велби, Проспект, 2007. – 352 с.

5. Семенов А.К. Психология и этика менеджмента и бизнеса: Учебное пособие / А.К. Семенов, Е.Л. Маслова. – М.: Дашков и Ко., 2007. – 276 с.

*Основная часть*

1.Понятие корпоративной культуры.

Корпоративная культура - это ряд базовых предположений, которые данная группа создала, открыла или выразила с целью соотнесения их с проблемами внешней среды для адаптации и внутренней интеграции.

Корпоративная культура - это есть система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей по ведения работников данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентифицирования работников с предприятием и перспективами его развития.

Корпоративная культура проявляется через представления о ценностях. Из них выводятся нормы и правила поведения, которые влияют на конкретное поведение отдельных групп и индивидов.

Корпоративная культура включает этические и другие ценности, а также убеждения, ритуалы, символы, которые являются ее элементами. Для формирования единой корпоративной культуры крупной корпорации, прежде всего, необходимо развивать внутренние коммуникации (как между самими предприятиями, так и внутри предприятий). Открытость информации, связанной с различными аспектами деятельности организации, корпоративные издания, создание сети Интернет способствуют лёгкому доступу сотрудников компании к внутренней информации. Метод ротации кадров из управляющей компании в региональные предприятия также служит эффективным способом повышения корпоративных коммуникаций и способствует ускорению процесса формирования единой корпоративной культуры.

2.Функции корпоративной культуры

Среди функций корпоративной культуры выделяются общие и специфические.

К общим относятся функции регулирования и воспроизводства.

Функции регулирования обеспечивают адаптивно-приспособительные (внешние) и

интефативные (внутренние) задачи деятельности организации. Специфика адаптации

проявляется в процессах приведения организации в состояние динамического равновесия

с внешней средой. При этом внутриорганизационная интегрированность управленческих

процессов во многом влияет на успешность адаптации.

Функции воспроизводства выполняют в организации, с одной стороны, репродуктивные, стандартизирующие и сохраняющие задачи, а с другой - творческие, развивающие и инновационные.

К специфическим относятся следующие функции корпоративной культуры:

- охранная функция - культура служит своеобразным барьером для возникновения нежелательных тенденций и отрицательных ценностей, характерных для внешней среды;

-интегрирующая функция - прививая определенную систему ценностей, синтезирующую интересы всех уровней организации, организационная культура создает ощущение идентичности интересов индивидуумов и отдельных групп;

Формирование корпоративной культуры

- регулирующая функция - корпоративная культура включает неформальные, неписаные правила, которые указывают на то, как люди должны вести себя в процессе работы;

- заменяющая функция, или функция субститута формальных отношений;

- образовательная и развивающая функция;

- функция управления качеством;

- функция адаптации хозяйственной организации к нуждам общества;

- функция легитимации организационной деятельности

3. Корпоративная этика - это система ценностей, регулирующая этические отношения в данной организации. В отличие от универсальной корпоративная этика обусловлена особенностями деятельности и целями данной организации, а также сложившимися стереотипами поведения в данной организации.

Корпоративная этика - это часть такой нормативной системы как корпоративная культура.

**Вопросы для самостоятельного изучения**

1. В чем состоит сущность понятия «корпоративная культура»?
2. Перечислите функции корпоративной культуры?
3. Является ли корпоративная этика частью общей этики?