


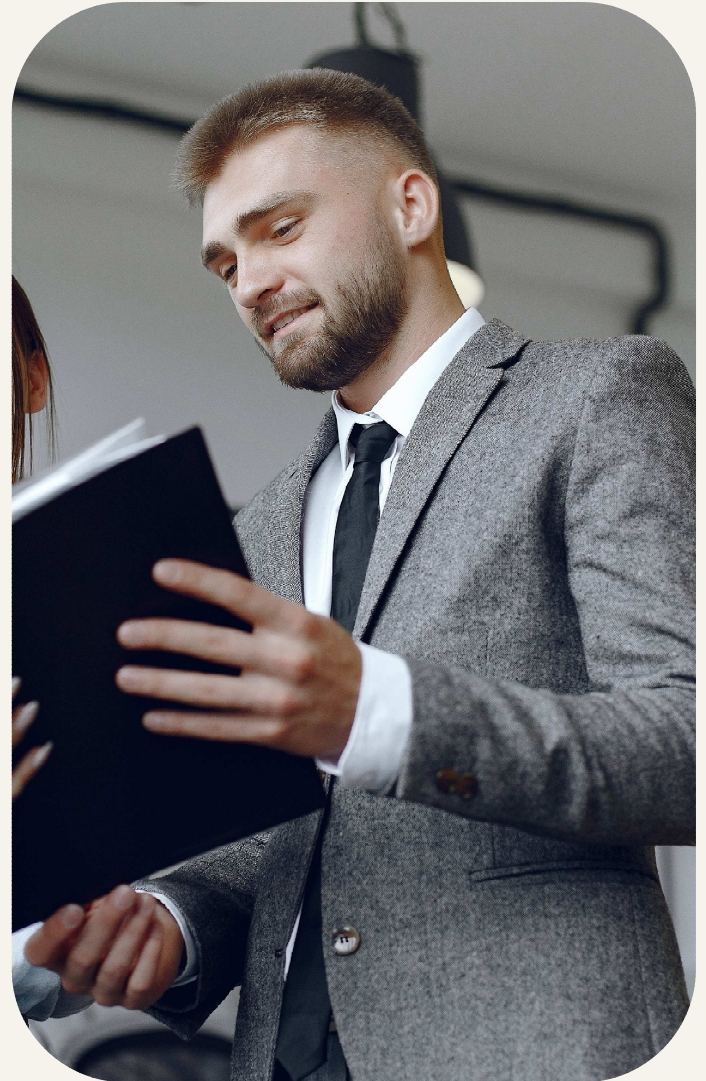
Тема 8.2.2. Принципы и задачи трансляции поведенческих стандартов подчиненным. Управление по ценностям

Составитель: студентка 44 группы Игнатьева С. И.



Поведенческие особенности руководителей

- Используемые руководителем методы оценки и контроля.
- Реагирование на возникновение в организации проблем или критических ситуаций.
- Реализуемую ролевую модель, побуждающую работников к подражанию.
- Критерии распределения ресурсов организации.
- Критерии, по которым руководитель определяет уровень вознаграждения и статус работника
- Критерии, которые использует руководитель при найме, отборе, продвижении, переводе и увольнении работников.



Аспекты управления организационным поведением

Стиль общения в
коллективе

Форма одежды,
ее особенности

Тенденции
совместного
корпоративного
отдыха

Элементы
формального и
неформального
общения

Корпоративная
культура

Интерактивная
корпоративная
культура

Принципы управления персоналом

Целенаправленность управления.

- Подразумевает чёткую постановку целей внутри организации, её структурных единиц.
- Основная цель определяется, исходя из миссии компании.

Системность.

- В соответствии с данным принципом любая компания представляет собой единую систему

Разделение труда.

- Основан на разделении уровней управления, специализации работников.
- На каждом уровне решаются собственные задачи.

Ответственность

- Базируется на внедрении системы поощрений и наказаний за невыполненные задания.
- Меры наказания выбирают в соответствии с уровнем полномочий сотрудника.

Принципы управления персоналом

Компетентность.

- Руководитель должен хорошо разбираться в сфере деятельности компании, которой он управляет.

Дисциплина.

- Важнейший принцип управления персоналом, который должен присутствовать в любых компаниях.
- Это – чёткое исполнение служебных обязанностей, приказов руководства или требований директивной документации.

Стимулирование.

- Мотивация сотрудников при помощи материальных, моральных ресурсов.
- Работник должен быть экономически заинтересован в результатах труда, получать от своей деятельности психологическое и эмоциональное удовлетворение.

Иерархичность.

- Представляет собой вертикальное разделение труда, в котором низшие звенья подчиняются высшим.
- Данный принцип используется при построении структуры управления организацией.

Управление по ценностям

Управление по ценностям — технология, позволяющая вовлекать сотрудников в процессы развития компании. Где возникает инициатива со стороны конкретного человека, где он чувствует свою ответственность за общее дело и получает возможность реализации своих начинаний на рабочем месте, — там управление по ценностям актуально.

Вовлечение сотрудников, делегирование им принятия решений означает замену жесткого контроля на доверие.



Корпоративные ценности

Корпоративные ценности — это добровольно воспринимаемые и разделяемые сотрудниками убеждения и принципы взаимоотношений, реализуемые в правилах, нормах, языке общения при функционировании организации. Они служат критерием норм и правил поведения человека в организации, и являются условием для совместного эффективного труда.



От корпоративной культуры к корпоративной идеологии.

Идеология — это система взглядов и идей, определяющая ценности компании, её корпоративную культуру, видение и концепцию развития. Идеология сознательно создается руководством как инструмент управления и развития организации. Посмотрите на цели компании, под ними всегда можно отыскать ценности.

Сформировавшаяся стихийно корпоративная культура на определенном этапе развития организации, скорее всего, способствует успеху на рынке (иначе компания уже давно бы умерла). Однако как долго это будет продолжаться, никто не скажет — внешняя среда изменчива и непредсказуема.

Чтобы понизить стресс от нововведений и повысить шансы на то, что новая идеология приживется, необходимо:

осознание коллективом
необходимости и
неизбежности перемен.
Среди сотрудников должно
превалировать настроение
«так дальше жить нельзя»;

участие в выработке новой
идеологии ключевых людей
компании, по возможности;

учет уникальности
компании, её истории,
сильных сторон, рыночной
ситуации при создании
новой идеологии;

формирование широкой
коалиции перемен;

последовательность и
конгруэнтность действий
лидеров изменений.

Этапы внедрения идеологии

