**Зміст**

Вступ

Глава 1 Організаційна культура як соціальний феномен: теоретико - методологічне обґрунтування .

1.1 Поняття «організаційна культура» : генезис, сутність, типологія.

1.2 Елементи організаційної культури .

1.3 Вплив організаційної культури як спосіб мотивації поведінки .

Глава 2 Молодь - соціально-демографічна група: ціннісна орієнтація .

2.1 Характеристика молоді як специфічної соціальної групи.

2.2Фактори , що визначають нормативно- ціннісні орієнтації сучасної молоді.

Глава 3 . Дослідження. Емпіричне дослідження впливу організаційної культури на ціннісні орієнтації молоді.

3.1 Методика дослідження

3.2 Аналіз отриманих даних

Висновок

Список літератури

Додатки

Глава 1 Організаційна культура як соціальний феномен: теоретико - методологічне обґрунтування.

1.1 Поняття «організаційна культура»: генезис, сутність, типологія.

Термін «організаційна культура» є відносно новим для нашої теорії і практики побудови відносин у рамках окремої організації. Загальна мета організаційної культури - створення в установах здорового психологічного клімату для згуртування працівників в єдиний колектив, який сповідує певні етичні, моральні та культурні цінності , що усвідомить взаємозв'язок своїх цілей та доль.

Говорити про організаційну культуру як про феномен, який визначає діяльність організацій, стали в 70-80-х роках. Значення організаційної культури полягає в тому, що вона :

• створюється імідж компанії , який допомагає компанії відрізнятися від будь-якої іншої , а також впливає на її репутацію. Поступово формуючи атрибут фірми , вона забезпечує збереження відданості клієнтів , а також створює репутацію на ринку ;

• визначає рівень згуртованості співробітників , формує почуття спільності всіх членів організації , забезпечує певні стандарти поведінки , визначає уявлення про компанію , надаючи співробітникам організаційну ідентичність , впливає на рівень залученості працівників у справи фірми і лояльності їй , стимулює відповідальність працівників ;

• дає співробітникам відчуття впевненості і гордості за свою організацію, і таким чином , зумовлює ймовірність відходу з неї , впливаючи на рівень плинності кадрів;

• формує у співробітників почуття безпеки, тим самим будучи важливим джерелом стабільності і наступності для організації;

• надає новим співробітникам контекст інтерпретації подій в організації, є засобом, за допомогою якого відбувається формування і контроль норм сприйняття та поведінки;

• створює різні табу, доцільні з точки зору даної компанії;

• пропонує стандарти якості та оціночні критерії.

Перш ніж аналізувати термінологічний апарат, генезис і сутність організаційної культури вважаємо за доцільне зазначити, що необхідно розмежувати два підходи до розгляду проблеми. По-перше, організаційна культура може розглядатися як соціальне явище, як певний соціальний феномен, який існує у суспільстві давно та має свою історію і свої напрацювання. По-друге, організаційна культура - це відносно нова наука, яка вже досягла певних результатів.

Переходячи до розгляду теоретико-методологічних основ організаційної культури, необхідно відзначити, що в даній дипломній роботі вона буде переважно розглядатися з позицій соціального феномена.

Виходячи з того, що будь-яка наука, будь-яке явище в процесі створення і розвитку накопичують професійний термінологічний апарат, перш за все, розглянемо сутність поняття «організаційна культура». Слід зауважити, що наука організаційна культура є дуже молодою, тому багато термінів в ній ще не устоялися. Це відноситься також до родотворчого терміну «організаційна культура».