

Comportamento Organizacional

Sérgio Manuel Salazar dos Santos, N.º: 1020881

14 de Março de 2020

Conteúdo

1	Introdução	1
2	Cultura de uma Nação	2
	2.1 two	2
3	Conclusões	4

Resumo

Este trabalho consiste no estudo do Comportamento Organizacional para desenvolvermos competências de liderança nas organizações para seu desenvolvimento e prosperidade.

A Cultura Organizacional é fundamental para as organizações poder inovar, evoluir e atingir seus objectivos com sucesso. O estudo da cultura presente nas organizações e formas de à moldar para melhor servir a comunidade e mercado sera abordado neste relatório.

1 Introdução

RASCUNHOS

Começar pela teoria de Geert Hofstede porque é o estudo da nação, depois ir para as teorias das organizações.

Falar que o comportamento do indivíduo é diferente que em grupo, realçar que a verdadeira democracia é valorizar o indivíduo acima do colectivo, que o contrario dá origem a maus resultados ex: Auschwitz, comportamentos feitos por indivíduos deploráveis por estarem em grupo na qual se o acto fosse individual não acontecia, e a desculpa "apenas fiz o que me mandaram", não é justificação para pagar o preço.

LEAN and Six Sigma.

Best practices can come from national, say the American National Standards Institute (ANSI) or the Canadian Standards Association (CSA), or international, say ISO or Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE), standards organizations, professional associations, or consulting firms.

Eliminar desperdício e resolução de problemas.

Confiança na liderança e operadores.

Both organizational culture and a leader's behaviors have been identified as critical determinants of an organization's effectiveness

Leaders have long been viewed as a primary influence on the creation of organizational culture (e.g. Bennis and Nanus, 1985; Schein, 1983). According to Schein (1985), the "only thing of real importance that leaders do is to create and manage culture"

A vida ensina e se não aprendemos ela ensina e persiste até morrermos.

A liberdade é medida pela ética e moralidade presente, quanto maior mais liberdade.

O universo é regido por leis físicas, são visíveis e testáveis, tal como também existe leis de moral que esta entranhado no ser humano que vai além do dna não perceptível, se saltares de uma montanha sofres as consequências da gravidade e se ao atravessares a estrada e não olhares para ambos os lados para ver o trânsito corres o risco de ser atropelado, assim é a física e a moralidade.

Uma grande lição que Linus Torvalds nos ensina é que o respeito não nos é dado mas sim tem que ser conquistado, daí deduz-se que ao convivermos o respeito começa do zero e vai se desenvolver tanto no sentido positivo ou negativo e será sempre recíproco.

Como nos ensina a regra de ouro, fazer ao próximo que queres que te seja feito a ti, também se pode traduzir que cada um recebe o que colhe, daí podemos afirmar que quem é do bem devemos retribuir com o bem e do mal, o mal, só assim é que no fim do dia o Bem vence sempre. O contrario é reconhecido pela verdadeira Injustiça. Não esperes portanto o bem se fores pessoa do ruim, lol. Daí a complexidade de perceber as atitudes e comportamentos sem primeiro termos Empatia, e o mundo em geral, não vale apenas atirmos pedras se nossas telhas são feitas de vidro.

No organization today exists in a stable environment. Current scholars, especially the proponents of complexity theories, consider that all organizations are under the influence of multiple changes (Brown and Eisenhardt, 1997; Burnes, 2004a; Stacey et al., 2002; Styhre, 2002; Tetenbaum, 1998). According to these scholars, change is inherent in human action and therefore necessarily occurs in any context of human social interactions (Ford and Ford, 1995). As organizations are sites of continuously evolving human action, they are in a continuous state of change and, in order to survive, must develop the ability to continuously change themselves (Burnes, 2004b; Tsoukas and Chia, 2002).

Constante mudança de adaptação ao meio ambiente.

the need for an organization to develop a marketing, strategy, or organizational culture.
the dimensions of organizational culture and an orientation towards individual and organizational change concerning the “acceptance” of a new system of values.

organizational change

Organizational culture determines how individuals behave, what people pay attention to, how they respond to different situations, and how they socialize with new members and exclude those who do not fit in (Spataro, 2005)

acknowledge that even in US and European companies, success rates are not spectacular regarding efforts to change vision, values, and culture or business systems and processes (Beer and Nohria, 2000; Beer et al., 1990; Carr et al., 1996).

2 Cultura de uma Nação

Quais as culturas possíveis das organizações na qual podem derivar do contexto onde se encontra, e quais não são possíveis.

Concentrar em Portugal, prós e contras.

2.1 two

something 2

1. Mission / Missão
2. Vission / Visão
3. core values / Valores
4. slogan / O lema desta casa é servir bem servir, dar saude e fazer sorrir.
5. company culture / cultura da organização

Gestão:

Instrumentos

1. Planear
2. Organizar
3. Controlar

Funções

1. Liderança
2. Comunicação
3. motivação
4. Tomada de decisão

3 Conclusões

The relationship between culture and leadership appears to be reciprocal—top leaders create and maintain an organizational culture, which in turn influences the values, attitudes, and behaviors of middle and entry-level leaders. Although leader–culture fit has not been specifically studied in the published literature, we believe that there is value in examining the match between a leader’s behaviors and the culture in which they work. While research hasn’t examined this at the level we discuss, current research does suggest that fit is important at the national level and at the leader–follower level. Expansion of this research will help determine what aspects of leader–culture fit are determinants of leader and organizational effectiveness. Although there are a variety of approaches that researchers can take to examining leader–culture fit, we offer the following recommendations. First, although studies of perceived fit are of limited value, the ease of collecting this data should motivate researchers to start thinking about adding questions concerning leader–culture fit. Given the lack of published findings, this research can begin shaping our knowledge about this phenomenon. Second, while studies of subjective fit will be more important, researchers should utilize 360-degree measurement systems in order to also obtain the most objective fit indices possible. This practice will likely tell us more about the impact of fit than just examining leaders’ self-reports. Third, it is important to measure culture at the aggregate level in order to ensure that the actual values of the organization are being captured, not just the leader’s values. Although these recommendations may be difficult to achieve in practice, they offer the best hope of leveraging leader–culture fit for the future.

Lista de Figuras

||

¹Apontamento