

Областное государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Томский базовый медицинский колледж»



КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА



КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ПОНЯТИЕ, КОМПОНЕНТЫ



Корпоративная культура - это система ценностей, образцов поведения и убеждений, возникающих внутри трудового коллектива в процессе совместной профессиональной деятельности.

Компоненты корпоративной культуры:

- 1. Понимание миссии и традиций организации*
- 2. Формирование стиля и формы внутреннего и внешнего общения*
- 3. Организация процесса оказания услуг*
- 4. Стиль руководства и кадровая политика*

Носителями культуры организации являются люди, но вырабатывается она и формируется, в основном, высшим руководством.





КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Корпоративная культура компании/организации является выражением ценностей, установок и моделей поведения всех ее членов, сформировавшихся в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции.



Основная цель любой организации — долговременность существования и/или финансовая эффективность. Но каждая компания определяет способы своего существования и поведение на рынке.

Это и есть Стратегия — цель и способы существования.





ЭЛЕМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Структура
компании,
способы
коммуникаций

Стиль общения

Мифы, легенды

Корпоративные
мероприятия

Регламентирующ
ие документы

Декларируемые
ценности

Система
вознаграждений
и поощрений

Элемент
ы
корпора-
тивной
культуры



УРОВНИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ



1

- **Поверхностный (внешние факты)** — образцы поведения, эмоциональная атмосфера и стиль общения, технологии, стиль одежды, организация рабочих мест и зон взаимодействия с клиентами, символы, ритуалы и т.д.;

2

- **Внутренний (ценностные ориентации и предписания)** — моральные убеждения и этические правила, кодекс поведения, ценности, корпоративная философия;

3

- **Глубинный (базовые личностные предположения)** — что формирует личность человека) — верования и установки, национальный менталитет, отношение к миру, человеку и деятельности.



ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ



Личностные

Социальные

Технические

**Ф
А
К
Т
О
Р
Ы**

Экономические

Профессиональн
ые

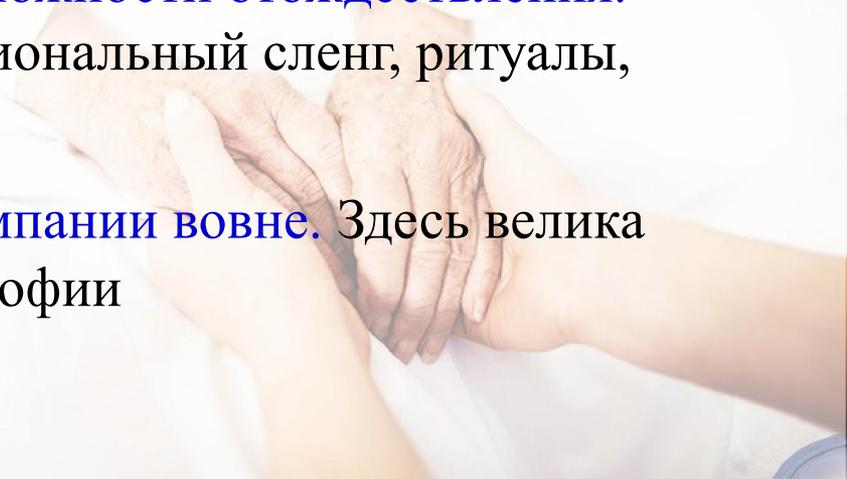
Национальные





РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

1. Поддержание равновесия во внутренней среде
2. Воспроизведение самой себя (на всех уровнях и составляющих компании), трансляция, «воспитание» вновь прибывающих сотрудников.
3. Создание ощущения общности и возможности отождествления. Здесь большую роль играют профессиональный сленг, ритуалы, легенды и мифы компании.
4. Трансляция определенного образа компании вовне. Здесь велика роль элементов корпоративной философии



УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ



Формирование

- Формирование ценностей
- Установление норм поведения
- Формирование традиций ритуалов
- Установление системы коммуникаций
- Разработка системы мотивации
- Разработка символики, дизайна

Поддержание

- Подбор новых сотрудников
- Социализация новых работников
- Разработка внутренних документов
- Укрепление ценностей путём обучения, тренинга
- Мотивация сотрудников для закрепления корпоративных ценностей и норм поведения
- Укрепление традиций, знание истории организации, чествование ветеранов

Изменение

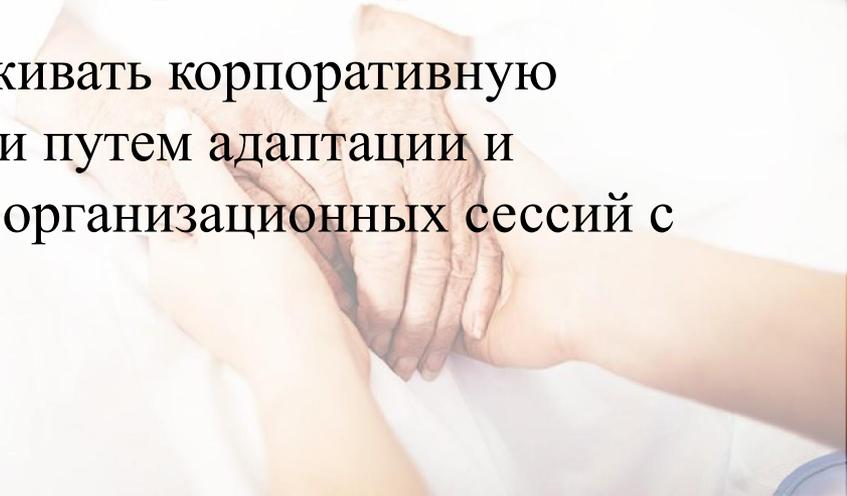
- Определение новых ориентиров и ценностей
- Установление новых правил, норм поведения, системы взаимоотношений
- Изменение мотивации
- Обучение сотрудников





ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ТРАНСЛЯЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

- **Во-первых**, нужно принять во внимание, что корпоративная культура есть всегда. Она как психическая жизнь человека пронизывает все существование;
- **Во-вторых**, необходимо четко следовать выбранным принципам;
- **В-третьих**, следует постоянно поддерживать корпоративную культуру во внутренней среде компании путем адаптации и обучения сотрудников, периодических организационных сессий с руководителями.





ОРГАНИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ ОСНОВАМ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

***Стандарт организации амбулаторной помощи на
территории Томской области.***

***Распоряжение Департамента здравоохранения Томской
области от 10.09.2018 № 817***





ОБУЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

В рамках образовательного процесса должны быть достигнуты следующие цели:

- Осознание руководством необходимости формирования корпоративной культуры, понимание целей и задач этого процесса
- Составление индивидуального плана работ для каждой МО

Минимальный перечень тем, рекомендуемый к включению в образовательную программу:

- Основы корпоративной культуры: философия, принципы, основные составляющие
- Кадровая политика и взаимоотношения в коллективе
- Корпоративный стиль: предназначение, применение и управление
- Внутренние и внешние коммуникации: принципы организации и управление

Перечень сотрудников, рекомендованных для прохождения данного обучения:

- Руководитель МО и заместители руководителя
- Начальник кадровой службы и/или специалист по работе с персоналом
- Начальник пресс-службы и/или специалист по связям общественностью



МИССИЯ И КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ

**Единая миссия
медицинских
организаций Томской
области – сохранение и
восстановление
здоровья населения
региона.**



Для визуализации корпоративной культуры в организации необходимо разработать фирменный стиль, который станет отличительной особенностью МО, располагая к себе пациента с момента входа.



Областное государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Томский базовый медицинский колледж»



КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ И ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ СРЕДНЕГО МЕДИЦИНСКОГО ПЕРСОНАЛА



Областное государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Томский базовый медицинский колледж»



РОЛЬ ГЛАВНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ СЕСТРЫ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ. ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ СЕСТРИНСКОЙ СЛУЖБЫ



Областное государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Томский базовый медицинский колледж»



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

