

Грамотно выстроенная корпоративная культура способна объединить и сплотить коллектив, с наименьшими затратами и наибольшей отдачей использовать элементы внутреннего имиджа, при этом важно обращать внимание на складывающиеся внутри коллектива корпоративные отношения.

### Литература

1. Нуйкина М.Ф., Хабибуллина О.Б., Пура Ж.Н., Оначишич В.М. Имидж руководителя и корпоративная культура как средство достижения маркетинговых целей организации // PR в образовании № 2, 2005 г.
2. Васюков И.Л., Волков А.Н. Деловая репутация и имидж вуза как условие и результат качественного образования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://proza.ru/addrac.html? 2004/12/22-194>
3. Зазыкин В.Г. Имидж организации: структура и психологические факторы эффективности. // Материалы интерактивной конференции "Практические аспекты связей с общественностью". Москва, 25 - 26 апреля 2001 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tandem-forum.ru/seminars/info/seminar 1020.html>.
4. Васюков И.Л., Волков А.Н. Деловая репутация и имидж вуза как условие и результат качественного образования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://proza.ru/addrac.html? 2004/12/22-194>
5. Измайлова Е.А. Формирование маркетинговой коммуникационной политики и позитивного имиджа вуза на рынке образовательных услуг: Автореф. дис...канд. экон. наук:(08.00.05) – СПб., 2005.
6. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2002.

**Т.М. Тихонова**  
УКНУ, Екатеринбург

### **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПЕДАГОГА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ШКОЛЫ КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ ЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ЛИЧНОСТНОГО САМОРАЗВИТИЯ.**

В настоящее время при выявлении сущности «корпоративной культуры» образовательного учреждения целесообразно опираться на несколько определений:

корпоративная культура - это совокупность убеждений, отношений, норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников данной организации. Они могут не быть четко выражены, но при отсутствии прямых инструкций определяют способ действий и взаимодействий людей и в значительной мере влияют на ход выполнения работы;

корпоративная культура - это явления духовной и материальной жизни коллектива, доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, достижение установленных стандартов качества работы;

корпоративная культура это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий, которые передаются через символические средства духовного и материального внутриорганизационного общения;

корпоративная культура - это свод формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, персональных и групповых интересов, особенностей поведения, ценностей;

корпоративная культура это система взаимодействующих материальных и духовных ценностей, проявлений, присущих организации, отражающих ее индивидуальность, восприятие себя и окружающей среды, сложное, многослойное, динамическое явление, включающее и материальное, и духовное в поведении организации по отношению к субъектам внешней среды и к собственным сотрудникам;

корпоративная культура - это комплекс разделяемых всеми членами организации ценностей, представлений, понятий и убеждений, а также поведенческих норм и артефактов, которые создает организация по мере преодоления внутреннего и внешнего характера на пути к успеху и процветанию. Она становится атрибутом современной корпорации,

обретает функциональную направленность, которая предопределяет совпадение ценностей организации и работника, качественное улучшение их совместной жизнедеятельности;

Из определений видно, что корпоративная культура исследователями воспринимается как система общих установок, принимаемая и разделяемая всеми членами данной организации.

Корпоративная культура каждого образовательного учреждения представляет собой не только синтез ценностей, отношений, норм, привычек, традиций, форм поведения и ритуалов, характерных для него, но и конкретное социальное окружение, в котором образовательная корпорация самореализуется, вырабатывая стиль отношений и поведения в социуме.

Корпоративная культура образовательного учреждения выступает как фактор, интегрирующий интересы субъектов и объектов обучения посредством закрепления определенных правил, поведенческих установок, поведенческих стереотипов, связанных с конкретной деятельностью и соблюдением норм ее выполнения.

Культура педагога – базовая основа его профессиональной деятельности. Качественными характеристиками педагогической культуры в равной мере могут быть гуманность, творчество, саморазвитие, психологическая рефлексия и другие свойства целостной личности. Культура передается в процессе активного личностного общения. Через культуру преломляются профессиональные качества и личностные особенности. Важнейшим условием достижения профессионализма человека является превращение общечеловеческих ценностей в его личностные ценности.

С моей точки зрения, существенной частью работы администрации колледжа с педагогами является формирование позитивного отношения к культуре с позиций личностного смысла. Личностные ценности –

существенный фактор социальной регуляции взаимоотношений. Эффективность взаимодействия определяется мерой совпадения ценностей преподавателя с преподавателем и педагога со студентом. Система ценностей педагога играет существенную роль в построении авторитетных отношений и в воспитательной работе. Чем богаче система ценностей, тем больше оснований для ценностного обмена в межличностных отношениях. Таким образом, актуальным является вопрос о тесном взаимодействии и взаимовлиянии профессиональной деятельности человека и его личностной сферы, а изменение строения индивидуального сознания является одним из признаков и механизмов профессионального и личностного саморазвития.

Педагогическим ресурсом формирования корпоративной культуры являются: целенаправленная работа по усвоению лучших образцов поведения, осмысление значимости традиций и их поддержание, создание эстетики повседневности (интерьер, одежда сотрудников, манеры, говорящие о деловитости и аккуратности), достижение достаточного уровня осведомленности о принятых мировых образовательных стандартах и постоянный научно-профессиональный рост сотрудников.

**А.С. Франц**  
*РГППУ, г. Екатеринбург*

#### **НЕКОТОРЫЕ ЭТНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

Впервые в истории экономики и культуры корпоративная культура начала целенаправленно формироваться и изучаться в экономике США. Главное ее предназначение заключается в создании нравственных ориентаций и норм поведения персонала предприятия, обеспечивающие высокий моральный дух всех сотрудников и их чувство гордости по поводу принадлежности к своему предприятию. Основой этой системы, по