© 2008 г. ***И.В. Базылев***

ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Каждая организация стоит перед необходимостью формирования собственного облика – определения своих целей и ценностей, стратегии качества производимой продукции и оказываемых услуг, цивилизованных правил поведения и нравственных принципов работников, поддержания высокой репутации фирмы в деловом мире. Все это, именуемое организационной культурой, является задачей, без решения которой нельзя добиться эффективной работы компании.

© 2008 ***I.V. Bazilev***

APPROACHES TO THE MODELING OF ORGANIZATION CULTURE

Each organization face the necessity to form its own image – determination of aims and values, strategies of production quality and services, civilized rules of behavior and moral principles of workers, support of a firm in the world of business. All these, called organization culture, can be determined as the task which leads to the effective work of a company.

Литература

1. *Котлер Ф.* Маркетинг, менеджмент / Пер. с англ. Под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. СПб., 1999.
2. *Ильяева И.А.* Культура общения: опыт философско-методологического анализа. Воронеж, 1989.
3. *Родин О.* Концепция организационной культуры: происхождение и сущность // Менеджмент. 1998. № 7.
4. Couillart F J., Kelly J.N. Transforming the organization. Mc. Craw - Hill, Inc, 1995 / Пер. с англ. М., 2000.
5. *Хант Дж.* Организации как культуры // Современное управление. 2001. № 5.
6. Управление персоналом: Учебник / Общ. ред. А.И. Турчинова. М., 2002.

Филиал Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова в г. Новороссийске

14 апреля 2008 г.