

ORGANIZAČNÍ IDENTITA A KULTURA

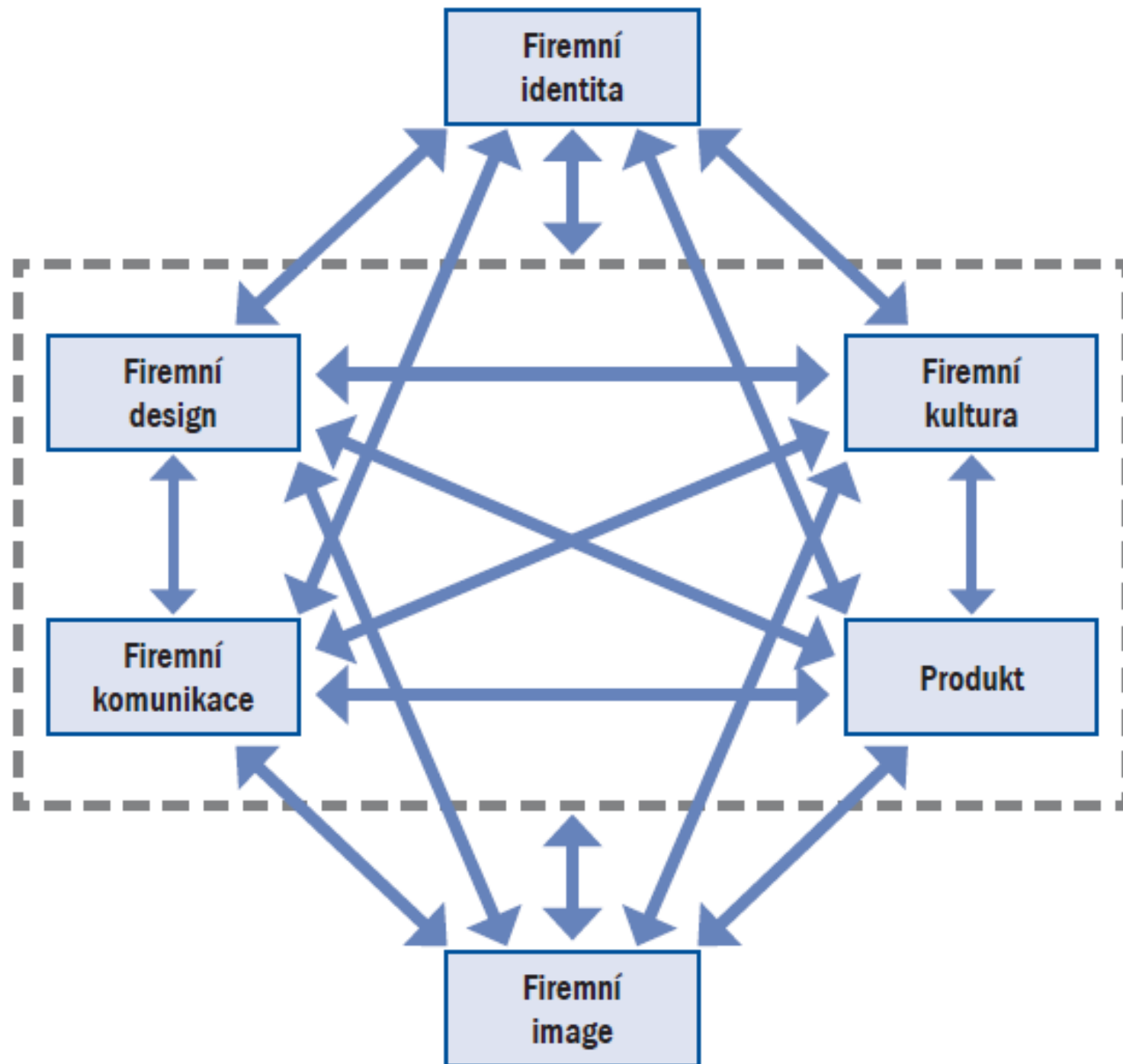
PROFESNÍ IDENTITA

- KONKRÉTNÍ, CELISTVÁ A NIČÍM NEZAMĚNITELNÁ PODSTATA, KTEROU SE OD SEBE ODLIŠUJÍ JEDNOTLIVÁ LIDSKÁ INDIVIDUA
- RELATIVNĚ STABILNÍ, PŘETRVÁVAJÍCÍ SCHÉMA VLASTNOSTÍ, VÍRY, HODNOT, MOTIVŮ A ZKUŠENOSTÍ, KTERÝMI LIDÉ POPISUJÍ SAMI SEBE V PROFESIONÁLNÍ ROLI.
- JAK SE CHCEME VIDĚT SAMI, JAK CHCEME, ABY NÁS VIDĚLI JINÍ
- FORMUJE SE POSTUPNĚ V PRŮBĚHU PROFESNÍ DRÁHY

- KDO JSEM?

FIREMNÍ / KORPORÁTNÍ IDENTITA (ORGANIZACE)

- VYPOVÍDÁ „O SOBĚ“ (JAKÁ FIRMA JE) A „PRO SEBE“ (JAKÁ CHCE BÝT)
- FIREMNÍ IMAGE VYPOVÍDÁ „O SOBĚ“ „PRO JINÉ“
- ZÁKLADNÍ PRVKY JSOU
 - FIREMNÍ DESIGN,
 - FIREMNÍ KOMUNIKACE,
 - FIREMNÍ KULTURA,
 - PRODUKT ČI SLUŽBA.
- KDO JSME?



PROFESNÍ IDENTIFIKACE

- ČLENOVÉ ORGANIZACE DEFINUJÍ SAMA SEBE (ALESPOŇ ČÁSTEČNĚ) V SOULADU S TÍM, CO ORGANIZACE REPREZENTUJE:
 - POZITIVNÍ POSTOJ
 - NEGATIVNÍ POSTOJ
 - NEUTRÁLNÍ POSTOJ
 - AMBIVALENTNÍ POSTOJ
- ZAMĚSTNANCI IDENTIFIKUJÍCÍ SE SE SVÝM ZAMĚSTNÁNÍM VYKAZUJÍ VYŠŠÍ MOTIVAČNÍ ÚROVEŇ, LEPŠÍ SDÍLENÍ INFORMACÍ, KOORDINOVANOU SPOLUPRÁCI, SPOKOJENOST

ORGANIZAČNÍ KULTURA

- SOUSTAVA SDÍLENÉHO PŘESVĚDČENÍ, PŘEDPOKLADŮ, POSTOJŮ, DOMNĚNEK, IDEJÍ, NOREM A HODNOT EXISTUJÍCÍCH V ORGANIZACI, KTERÉ SE PROMÍTÁJÍ DO VZORCŮ CHOVÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ A OVLIVŇUJÍ JEJICH VÝKON:
 - ZÁKLADNÍ PŘESVĚDČENÍ (V ORGANIZACI PŘIJATÉ A NEZPOCHYBNITELNÉ PŘEDSTAVY O FUNGOVÁNÍ REALITY),
 - HODNOTY (DEKLAROVANÉ VS SKUTEČNĚ ZASTÁVANÉ)
 - NORMY (PSANÉ I NEPSANÉ),
 - POSTOJE (VZTAH K OBJEKTU: OSOBA, VĚC, UDÁLOST, PROBLÉM; MAJÍ KOGNITIVNÍ, AFEKTIVNÍ, KONATIVNÍ SLOŽKU),
 - ARTEFAKTY (MATERIÁLNÍ, NEMATERIÁLNÍ).

SCHEINŮV MODEL ORGANIZAČNÍ KULTURY

