

Wpływ misji firmy na jej postrzeganie jako pierwszego miejsca pracy

Liczba stron: 109

Rodzaj pracy: magisterska

Rok oddania: 2009

Zawartość pracy:

Spis treści

Streszczenie... 8

Rozdział 1.

Kultura organizacyjna jako znaczący atrybut każdej organizacji.

1.1. Historia zainteresowania kulturą organizacyjną.... 9

1.2. Istota kultury organizacyjnej.... 10

1.2.1. Definicja, cechy i składniki kultury organizacyjnej.... 10

1.2.2. Uwarunkowania kultury organizacyjnej.... 13

1.2.3. Funkcje kultury organizacyjnej.... 14

1.2.4. Proces formowania się kultury organizacyjnej.... 16

1.3. Modele kultury organizacyjnej.... 19

1.3.1. Model kliniczny Edgara Scheina.... 19

1.3.2. Inne modele kultury organizacyjnej.... 21

1.4. Kultura organizacyjna w firmach z branży informatycznej i telekomunikacyjnej na przykładzie wybranych Case Study.

1.4.1. Hewlett-Packard. Etos pracy zespołowej i filozofia harmonijnego wzrostu.

1.4.2. IBM. Inwestycja w ludzi.... 25

1.4.3. Polkomtel. Spójność strategii, kultury organizacji i kluczowych kompetencji.

1.4.4. Zarządzanie ludźmi w przedsiębiorstwach hi-tech. Wnioski.... 29

Rozdział 2.

Misja elementem tworzącym kulturę organizacyjną firmy.

2.1. Misja, wizja, strategia firmy – definicje.... 31

- 2.1.1. Misja.... 31
- 2.1.2. Wizja.... 33
- 2.1.3. Strategia.... 33
- 2.2. Cechy właściwe sformułowanej misji.... 34
- 2.3. Rola misji w organizacji.... 36
 - 2.3.1. Wpływ misji na marketing firmy.... 37
 - 2.3.2. Wpływ misji na kapitał marki.... 38
 - 2.3.3. Wpływ misji na zaangażowanie pracowników.... 39
 - 2.3.4. Strategiczne znaczenie misji.... 41
- 2.4. Zarządzanie przez wartości, oscylujące wokół misji firmy..... 42
- 2.5. Spójność między wartościami firmy, a wartościami wyznawanymi przez pracowników.
 - 2.5.1. Priorytetowe wartości pracownicze – wyniki wybranych badań....45
 - 2.5.2. Rola harmonii między wartościami pracowniczymi a tymi lansowanymi przez organizację.
 - 2.5.3. Sposoby na zachowanie harmonii między wartościami organizacyjnymi i pracowniczymi.
- 2.6. Misja i uzupełniające ją wartości, a ostateczne wyniki firmy na rynku.....49

Rozdział 3.

Oczekiwania pracowników w stosunku do ich potencjalnej bądź obecnej pracy.

- 3.1. Wybrane elementy raportów z rynku pracy.. 50
- 3.2. Pracodawcy wobec sytuacji na rynku pracy.. 53
 - 3.2.1. Pracodawca wobec sytuacji na rynku pracy branży IT. ...54
 - 3.2.2. Budowanie wartości kadry pracowniczej firmy ComputerLand – sposób na pozyskanie i zatrzymanie najlepszych.
- 3.3. Teoria rozwoju E. Ginzberga.... 58
- 3.4. Sytuacja studenta i absolwenta na współczesnym rynku pracy.... 60
 - 3.4.1. Oczekiwania studenta i absolwenta w stosunku do pierwszej pracy.... 61
 - 3.4.2. Rekrutacja do pierwszej pracy – w oczach studenta i absolwenta uczelni wyższej.

Rozdział 4.

Badania własne.

- 4.1. Badanie pierwsze. Korporacyjna kultura organizacyjna w koncepcji laika – moje spostrzeżenia z wizyty w firmie Intel Technology Poland.
- 4.2. Badanie drugie. Misja elementem informacyjnym o firmie jako potencjalnym

miejscu pracy.

4.2.1. Problem, pytania i hipotezy badawcze..74

4.2.2. Metoda badawcza...75

4.2.3. Wyniki badań i ich omówienie.... 79

4.2.4. Dyskusja wyników.... 81

4.2.4.1. Znaczenie teoretyczne.... 83

4.2.4.2. Znaczenie praktyczne.... 84

4.3. Badanie Trzecie. Znajomość misji w dwóch firmach działających w branży energetycznej i budowlanej.

4.3.1. Problem, pytania i hipotezy badawcze.... 86

4.3.2. Metoda badawcza.... 87

4.3.3. Wyniki badań i ich omówienie.... 89

4.3.4. Dyskusja wyników. ...91v

4.3.4.1 Znaczenie teoretyczne.... 92

4.3.4.2 Znaczenie praktyczne.... 92

4.4 Dyskusja ogólna.... 93

Bibliografia.... 96

Spis załączników.... 101

Oświadczenie.... 109

Streszczenie

Praca dotyczy wpływu pisemnie przedstawionej misji organizacyjnej na postrzeganie tejże organizacji przez jej potencjalnych pracowników, tj. studentów określonych kierunków. Badałam zarówno postawy studentów w stosunku do przedstawionej im misji firmy, przekładające się na postawy względem pracodawcy, jak i ich oczekiwania osobiste i abstrakcyjne, rodzące się po zapoznaniu z główną ideologią tejże firmy.

Założyłam, odwołując się do teorii rozwoju Ginzberga, że studenci znajdują się w idealnej wręcz fazie określania swoich indywidualnych ścieżek karier, stąd szczególną uwagę przywiązywać będą do znalezienia odpowiedniej dla siebie pracy.

Założyłam, iż poprawnie sformułowana misja organizacji wpływa na wykształcenie się u przyszłego pracownika pozytywnej postawy w stosunku do firmy, która ją

wyznaje. Założyłam także, iż misja może spełniać kompensacyjną funkcję wobec wynagrodzenia. Trzecim założeniem było uznanie, że misja dobra wzmacnia wzrost oczekiwań w stosunku do firmy będącej potencjalnym pracodawcą. Wszystkie te założenia znalazły potwierdzenie w badaniach. Dodatkowo w osobnym sondażu wykazałam, że misja firmy jest elementem powszechnie znanym rzeczywistym pracownikom organizacji.

Słowa kluczowe: kultura organizacyjna, misja organizacji, satysfakcja z pracy, psychologia pracy, organizacja i zarządzanie.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!