

Университет

Факултет

Катедра

Курсова работа

на тема:

Корпоративна култура и конкурентно предимство на

Mercedes Benz

Изготвил:

Увод

Компаниите непрестанно търсят нови подходи за повишаване на конкурентните си предимства във връзка с нарастващите предизвикателства на средата, в която реализират бизнес дейността си. Съществено значение в този процес заемат невидимите ценности, които притежават организациите – а именно-корпоративната култура, организационната идентичност и корпоративната идентичност.

Централна роля за успешната реализация на всички процеси, протичащи в организацията и на комуникационните практики, в частност, принадлежи на корпоративното ръководство и способността му да вдъхновява членовете на организацията.

Организационната култура или т.нар. корпоративна култура може да се дефинира като система от общи вярвания и ценности, която се развива в рамките на организацията и ръководи нейните членове, по отношение на основните норми и водещите ценности в нея. Целите и функциите на тази култура е да подпомогне вътрешната интеграция, да сплоти членовете на персонала от всички нива на организацията и да подобри тяхната ефективност.

Корпоративната култура се определя както от социо-културните, националните, икономическите и политическите особености на средата, така и от историята, стратегията, структурата и начина на управление на конкретната организация.

В една компания не може да няма корпоративна култура. В някои компании тя може да бъде по-еднородна, т.е всички сътрудници споделят едни ценности, норми и убеждения, а в други може да бъде нееднородна, т.е отделни групи имат свои отличаващи се норми и ценности.

Културата може да бъде силна, в резултат, на което ново-постъпилите сътрудници веднага да я приемат, или слаба- тогава всеки сътрудник може да я допълни и частично да я промени.

В настоящата курсова работа ще разгледаме какви са основните характеристики на корпоративната култура на компанията Mercedes Benz, как работата на персонала влияе на културата и структурата на компанията и защо силната корпоративна култура може да се разглежда като стратегическо конкурентно предимство.