

# ORGANIZAČNÍ IDENTITA A KULTURA

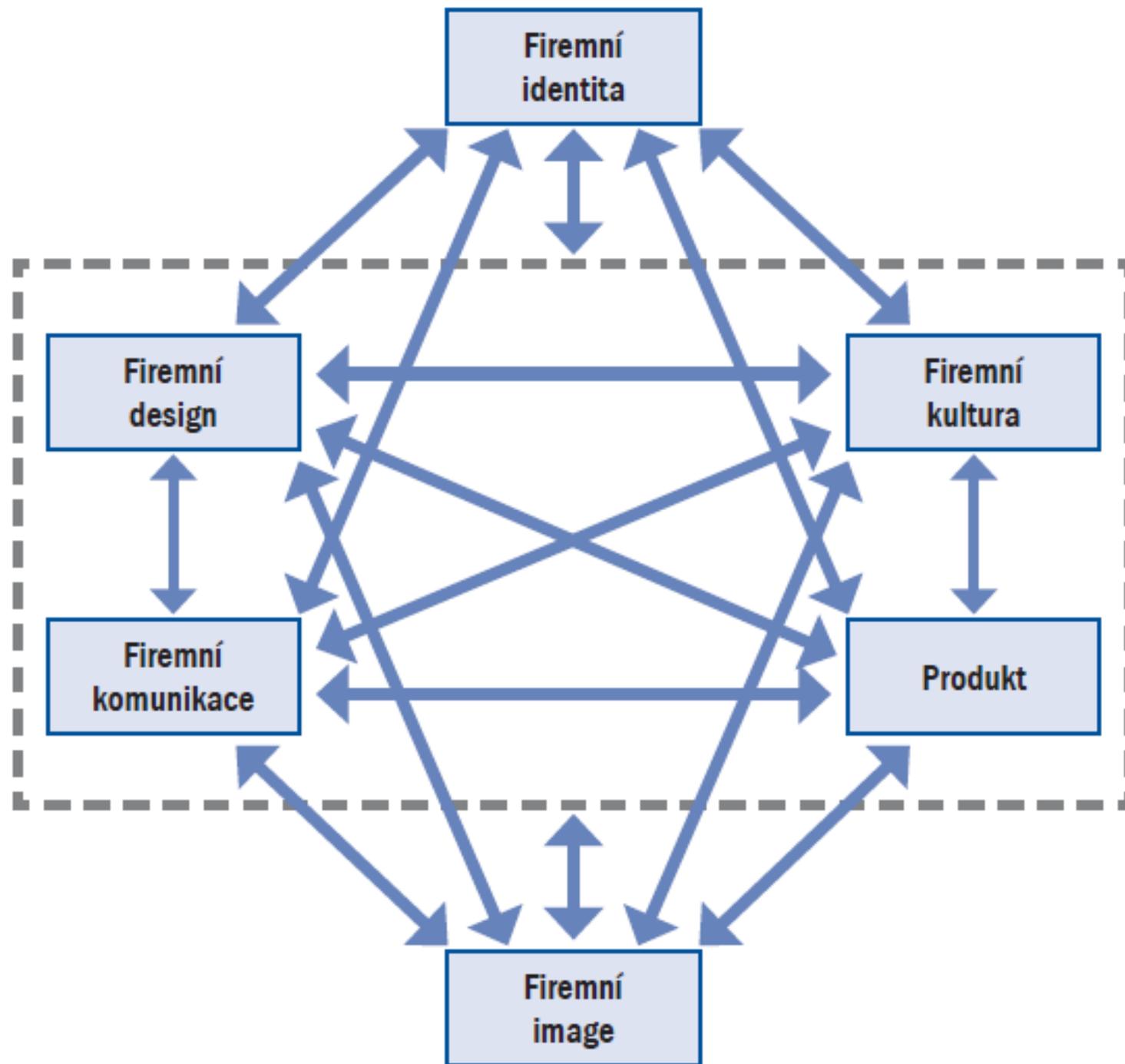
# PROFESNÍ IDENTITA

- 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

