

УДК 65.011 + 338.24
ББК 65.050
Д29

Редактор Н. Казакова

Демин Д.

Д29 Корпоративная культура: Десять самых распространенных заблуждений / Данила Демин. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 138 с.

ISBN 978-5-9614-1147-8

Что такое корпоративная культура? Почему руководство должно активно участвовать в ее создании? Почему не работают навязанные со стороны стандарты?

На примерах из жизни российских компаний автор показывает, как корпоративная культура помогает поднять мотивацию, наладить взаимодействие отделов и нацелить всех на общий результат. По поводу корпоративной культуры бытует много заблуждений, самые опасные из которых детально разобраны в этой книге.

Книга в первую очередь адресована владельцам и топ-менеджерам компаний, т. е. тем, кто формирует корпоративную культуру организации. Также издание будет интересно оргконсультантам и студентам.

УДК 65.011 + 338.24
ББК 65.050

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу lib@nonfiction.ru.

© Д. Демин, 2010
ISBN 978-5-9614-1147-8 © ООО «Альпина Паблишерз», 2010

Содержание

Введение	7
----------------	---

Глава 1

Все мероприятия по трансляции корпоративной культуры — не что иное, как промывание мозгов сотрудникам	13
--	----

Глава 2

Есть компании, у которых нет корпоративной культуры	23
---	----

Глава 3

Корпоративную философию можно заказать, например, в PR-агентстве	41
---	----

Глава 4

Можно иметь несколько корпоративных культур — для сотрудников, для клиентов, для партнеров	51
---	----

Глава 5

«Хорошая» и «плохая» корпоративная культура	59
---	----

Глава 6

Инвесторам ни к чему изучать корпоративную культуру компаний, которые они собираются купить	73
--	----

Глава 7

Корпоративная культура — фишка, придуманная на Западе. У нас это не работает	85
---	----

Глава 8

Да, корпоративная культура существует, но она такова, какова есть, и изменить в ней что-то невозможно	97
--	----

Глава 9

Вопросами корпоративной культуры должны заниматься акционеры компании, остальным нет смысла во все это вникать	105
--	-----

Глава 10

Нет смысла во всех этих «миссиях», цель существования любой коммерческой организации в получении максимальной прибыли.	113
---	-----

Заключение	125
-------------------------	-----

Приложение 1

Рекомендации по выбору исполнителя консалтингового проекта	127
---	-----

Приложение 2

Кодекс поведения современного российского предпринимателя	131
--	-----

Об авторе	137
------------------------	-----