

Вареникова Елена Алексеевна

магистрант

Институт образования и социальных наук

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

г. Ставрополь, Ставропольский край

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ ВУЗА

***Аннотация:** в данной статье рассматриваются факторы формирования корпоративной культуры студентов в вузе. Определены основные механизмы формирования студенческой субкультуры.*

***Ключевые слова:** корпоративная культура, факторы формирование корпоративной культуры, корпоративная культура студентов.*

Корпоративная культура как сложный междисциплинарный феномен выступает предметом исследования в различных областях научного знания, в том числе в образовательном менеджменте.

В наиболее общем виде корпоративная культура в менеджменте рассматривается как совокупность наиболее важных положений, которые не только принимаются членами организации, но и получают выражение в декларируемых ценностях, определяющих персоналу ориентиры поведения и деятельности [3]. Следует особо подчеркнуть, что ядром корпоративной культуры выступают именно ценности. В этом контексте мы разделяем позицию Т.В. Климовой, которая убедительно доказала, что нельзя рассматривать корпоративную культуру только как набор внешних признаков, символов, обрядов и пр. [4].

В современных условиях развития высшего образования особое внимание исследователей привлекает проблема корпоративной культуры студентов вузов. М.В. Щербакова рассматривает современный университет как крупную организацию с иерархической структурой управления и взаимоотношений, имеющую свой внутренний регламент. Особая, свойственная только университету

корпоративная культура связывает всех его работников, преподавателей и студентов в единую систему [6].

Корпоративная культура современного университета направлена не только и не столько на повышение эффективности деятельности организации, сколько на создание системы условий для формирования и развития человеческого капитала студентов.

Исследователи особо отмечают, что студенты являются основными трансляторами корпоративной культуры университета, его ценностей и традиций в социум, поддерживают формирование позитивного восприятия вуза не только во время обучения, но и после окончания вуза, демонстрируя в профессиональной сфере усвоенные нормы и правила поведения, отношения к делу, коллегам, социальным партнерам. Это дает основание О.И. Бойковой считать студенческую корпоративную культуру основой формирования корпоративной культуры образовательной организации в целом [2].

Корпоративная культура вуза, с ее точки зрения, может быть рассмотрена в трех аспектах:

- корпоративная культура вуза (факультета) как самостоятельной организации;
- корпоративная культура студенчества и профессорско-преподавательского состава как социальной группы;
- корпоративная культура университета как часть организаций и предприятий, на которых будут работать выпускники, как фундамент подготовки будущих членов профессиональной корпорации.

Таким образом, корпоративную культуру вуза можно рассматривать как инструмент и важнейшее средство решения ведущей стратегической задачи любого вуза – подготовки высокопрофессиональных и адаптированным к динамичным социально-экономическим изменениям выпускников. Именно корпоративная культура вуза вносит неоценимый вклад в формирование готовности студентов к изменяющейся профессиональной деятельности и их успешной адаптации к постоянно изменяющейся социальной и профессиональной среде.

Студенческая корпоративная культура формируется и развивается не только в образовательной, но и во внеучебной, социально-культурной и производственной деятельности студентов. Особая роль в формировании корпоративной культуры студентов принадлежит воспитательной работе, в процессе которой студенты усваивают наиболее эффективные модели поведения на основе гуманистических ценностей, развивают инициативу, самостоятельность, ответственность за результаты собственной деятельности [1].

Одним из ведущих механизмов формирования студенческой субкультуры в рамках корпоративной культуры является развитие системы студенческого самоуправления. Это развивает лидерские и организаторские навыки студентов, формирует их настойчивость, целеустремленность. Особенно ценным является приобретенный студентами опыт совместной продуктивной деятельности, который и выступает механизмом вовлечения студентов в формирование общеуниверситетской корпоративной культуры.

В российских вузах накоплен разнообразный опыт развития студенческого самоуправления. В ряде вузов разработаны специальные уставы и положения о деятельности студенческого самоуправления, в других формируются коллективные органы управления, в которых студенты играют активную роль наряду с преподавателями и администрацией вуза.

Обобщение результатов проведенного анализа психолого-педагогической литературы позволяет сформулировать вывод о том, что ведущими факторами формирования корпоративной культуры студентов вуза выступают:

- позитивное отношение к ценностям корпоративной культуры вуза;
- ценностно-ориентационное единство студентов, проявляющееся в гордости за принадлежность к студенческому сообществу конкретного вуза;
- активность, самостоятельность и инициативность студентов в организации и проведении корпоративных событий;
- коммуникативные компетенции студентов, умения командной работы, в том числе в условиях социокультурного разнообразия;

– развитие организаторских способностей студентов, умений организации совместной деятельности в нестандартных ситуациях.

Активное участие студентов в учебной и внеучебной деятельности, осознанное следование этическим нормам и правилам поведения, принятым в университете, сохранение и развитие его традиций формируют корпоративную и профессиональную компетентность студентов, ориентирует их на признание и овладение ценностями будущей профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Андомин О.В. Корпоративная культура студенчества как один из инструментов процесса воспитания личности / О.В. Андомин, С.Н. Косинова // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2011. – №2. – С. 4–12.
2. Бойкова О.И. Корпоративная культура в вузе как стратегический ресурс инновационного развития // Вестник РАЕН. – 2011. – №4. – Т. 11. – С. 109–111.
3. Иванов И.Н. Менеджмент корпорации / И.Н. Иванов. – М.: Логос, 2000. – 208 с.
4. Климова Т.В. Корпоративная культура в контексте высшего профессионального образования: сущность, понятие и структура // Вестник науки ТГУ. – 2012. – №2 (9). – С. 143–145.
5. Халитова И.С. Студенческое самоуправление как фактор формирования корпоративной культуры // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – №1 (57). – С. 278–283.
6. Щербакова М.В. Овладение корпоративной культурой в процессе адаптации первокурсников к обучению в вузе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. – 2012. – №1. – С. 164.