

**Корпоративный праздник как элемент формирования корпоративной культуры вуза**

*Дорофеева Наталья Борисовна*

*Студент*

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Социология и управление, Рязань, Россия*

*E-mail: natka\_dorofeeva@mail.ru*

Сегодня корпоративная культура стала одним из важнейших атрибутов организации. Она включает в себя комплекс традиций, символов, поведенческих норм, которые присущи данной организации. В ходе жизненного цикла организации эти ценности принимаются, разделяются её сотрудниками, передаются из «поколения в поколение», показывают индивидуальность компании и определяют её место в конкурентной среде.

Корпоративная культура – один из показателей того, как организация реализует свою главную миссию во внутренней и внешней среде. Это то, каким образом строятся отношения между людьми, какие принципы и нормы деятельности их организации они разделяют и что, собственно, считать ценностями и нормами.

ВУЗ – это в некотором роде организация, внутри которой есть работники и заказчики, а вовне выпускники, абитуриенты и родители. Модернизация культурно-воспитательной работы в университете оказывает содействие развитию ВУЗа как в качестве научно-педагогического учреждения, так и культурного института в целом. Подобно любой организации, университету необходим свой имидж, созданный всем университетским сообществом.

При формировании корпоративной культуры важно понимание того, что это всеобщее неделимое явление, создающееся комплексно. С помощью системы мер по планированию и организации этого процесса у членов университета возникает чувство принадлежности к организации, к общему делу. Всё это обеспечивает долговременность, фундаментальность и эффективность деятельности ВУЗа.

Одним из механизмов создания корпоративной культуры является корпоративный праздник. Корпоративные праздники стали неотъемлемой частью жизни большинства компаний независимо от сферы деятельности, профессиональной специфики и количества сотрудников. Согласно определению В. Коноваловой, корпоративный праздник – это праздник, инициированный компанией и непосредственно связанный с самой компанией, её сотрудниками, её деятельностью, её клиентами или общенациональными праздниками, празднование которых является частью корпоративной политики (внутренней или внешней) данной компании [1].

Главная цель корпоративного праздника – это создание корпоративного единства и развитие корпоративной культуры, которые предполагают укрепление традиций, популяризацию корпоративных ценностей, трансляцию корпоративного мифа, формирование ощущения первенства своей компании в глазах сотрудников. К множеству целей также относится создание благоприятной атмосферы между работниками, сплочение команды, развитие профессионального и личностного потенциала сотрудников, выявление неформальных лидеров.

Когда студенты становятся участниками ярких интересных запоминающихся событий, корпоративная информация запоминается на эмоциональном уровне, что обеспечивает большую симпатию и ощущение единства с данной организацией.

Примером организации с развитой корпоративной культурой является факультет социологии и управления Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина, которому в этом году исполнилось 6 лет. Руководство в рамках стратегии развития факультета формирует и «выращивает» корпоративную культуру, это целенаправленный процесс, в котором нет мелочей [4,17]. Доказательством тому служит герб, флаг факультета, гимн, написанный студентами и одобренный профессорско-преподавательским составом. Проводится ряд корпоративных праздников, объединяющий как сотрудников, так и студентов. Это день «Управленца», «Социолога» и, конечно же, «День факультета социологии и управления» – главное мероприятие, подкрепляющее атмосферу и корпоративный дух [2].

Каждую весну на факультете отмечается Масленица. Студенты и преподаватели приносят традиционные угощения: блины, варенье, горячий чай. Проводятся различные соревнования и конкурсы, главный из которых – «Самые вкусные блины». Завершает праздник импровизированное сожжение масленицы. Как показывает практика, развитие корпоративной культуры невозможно вне корпоративного общения. Она отражается и в атмосфере, словах, образах, предметах. Результаты исследования показали, что 93% студентов и 95% преподавателей факультета признают важнейшую роль и необходимость корпоративных праздников как механизма развития корпоративной культуры. На вопрос «Считаете ли вы факультетское общество сплоченным и объединенным общими целями, нормами поведения, общими ценностями?» 73% преподавателей и 65% студентов ответили «да, вполне», остальные затруднились ответить (это, как правило, студенты первого курса, у которых процесс адаптации к вузовской среде ещё не завершён).

Кроме того, данные корпоративные мероприятия в рамках поддержания корпоративной культуры способствуют развитию продуктивных социальных взаимоотношений и взаимосвязей между студентами и преподавателями, таких как профессиональное научное сотрудничество – студенты с научными руководителями занимаются научной деятельностью, участвуют в конференциях, проектах, организуют конференции и форумы. С большим энтузиазмом продвигается внеучебная сфера: создаются совместные творческие номера, культурно-досуговый отдых (посещение музеев, театров и т.д.). Сформировавшиеся отношения способствуют ощущению себя элементом единой системы, т.е. организации, независимо от того, студент ты или преподаватель.

Корпоративная культура не живет сама по себе, вне корпоративного социума, она всегда опредмечена в материальном и живет в духовном. Посредством корпоративных праздников достигается корпоративное единство, транслируется корпоративная философия и развивается корпоративная культура. Широкая система мер по планированию и организации этого процесса (с помощью мониторингов) позволят выработать чувство причастности к общему делу у всех членов «факультетской корпорации», что, в свою очередь, должно обеспечить долговечность, прочность и качество структуры организации, а главное – эффективность ее деятельности.

## **Литература**

*Конференция «Ломоносов 2014»*

1. Коновалова В. Кому и зачем нужны корпоративные праздники / В. Коновалова // Кадровик. Кадровый менеджмент [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/komu-i-zachem-nuzhny-korporativnye-prazdniki>
2. Университет глазами студента [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www-2010.rsu.edu.ru/?section=77>
3. Яблонскене Н.Л. Корпоративная культура современного университета [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ksp-ed-union.ru/doc/yablonskene.pdf>