

عنوان مقاله:

ارزیابی تأثیر اخلاق فردی مدیر بر فرهنگ سازمانی و بازخورد آن بر فرهنگ اجتماعی جامعه

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حسام الدین پورنگ - دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علم و صنعت ایران مدیر پروژه های نفت، گاز و پتروشیمی شرکت پایدار پولاد پیشرو

محمدرضا حسینیان - دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علم و صنعت ایران مدیر فروش و بازرگانی شرکت عصر گویش پرداز

فرناز مروج - دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علم و صنعت ایران مسئول بودجه و تعهدات قانونی سازمان تامین اجتماعی

خلاصه مقاله:

اخلاق بعنوان مفهومی که به خودی خود فاقد اصالت بوده و ارزش خود را از مجموعه ای از قوانین و مفاهیم ساختار یافته در شرایط مختلف می یابد، همواره مورد بحث است. اینکه چه نوع رفتار و خلقیاتی برای افراد درست های مختلف سازمانی مناسب است نیز وابسته به تعاریف و ارزش های اخلاقی اولیه داشته که در محیط سازمانی رنگ و بوی خاص خود را داراست. هر فردی قبل از قرارگیری در جایگاه سازمانی، خصوصیات را بعنوان اخلاق و منش فردی با سپری نمودن دوران مختلف زندگی در خود نهادینه می نماید که می تواند معانی مختلفی بصورت خوب یا بد داشته باشد. فرهنگ سازمانی نیز خواسته یا ناخواسته بر فرهنگ اجتماعی تأثیر گذار است و به طور نامحسوسی از جانب مدیر بر کارکنان و از طریق کارکنان به فضای بیرون انتقال می یابد. هدف از این تحقیق بررسی مفاهیم پایه ای اخلاق و تمرکز بر تأثیر اخلاق فردی مدیریت سازمان بر فرهنگ سازمان و فضای اجتماع می باشد. لذا محققین این تحقیق درصدد می باشند تا به شناسایی و تبیین آثار این روابط بر اساس قوانین و مقیاس ارزش گذاری فعلی جامعه بر فضای درون و بیرون سازمانی بپردازند

کلمات کلیدی:

اخلاق فردی، فرهنگ سازمانی، فرهنگ اجتماعی، مدیریت، منابع انسانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/435136>

