

## **ПРИНЦИПЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТА.**

1. Основными принципами корпоративной культуры Университета являются:

- работа для будущего: рост, развитие, непрерывное совершенствование;
- организационная и экономическая устойчивость, открытость к переменам и инновациям;
- высокое качество образования и научных исследований;
- академическая свобода и академическая ответственность;
- нравственность, патриотизм, гражданская ответственность;
- уважение к личности, правам и достоинству сотрудников и учащихся, конструктивное сотрудничество;
- уважение к старшим, ветеранам и старейшим сотрудникам Университета, передача опыта и традиций молодым, развитие связей между поколениями;
- сопричастность деятельности Университета, преданность его интересам, готовность соответствовать его высоким стандартам;
- преданность профессиональному долгу.

2. Принципы корпоративной культуры реализуются на основе:

- обеспечения доступности образования для всех граждан, базисом которого выступают высокие стандарты качества научно-образовательного процесса и наращивание исследовательского и интеллектуального потенциала;
- создания необходимых условий для достижения учащимися культурного и образовательного уровня, отвечающего потребностям современного общества, признавая при этом существование многообразия способностей, потребностей людей в разных видах, типах и уровнях образования;
- обеспечения интеграции естественно-научного и гуманитарного знания, на основе междисциплинарного подхода;
- формирования у учащихся способностей к самоопределению; потребностей и стремления к самообразованию на протяжении всей жизни, интеллектуальной и коммуникативной креативности, стратегии жизнетворчества, развитию и созиданию; активной гражданской позиции, основанной на общечеловеческих ценностях;
- развития фундаментальных и прикладных научных исследований, инновационной деятельности; создания необходимых

условия для формирования научного сообщества, становления новых научных школ;

- создания условий для реализации интеллектуального, профессионального и личностного потенциала своих сотрудников;
- использования принципов коллегиальности и сотрудничества в управлении;
- формирования и развития устойчивого взаимодействия с выпускниками.

## **ПРИНЦИПЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СОТРУДНИКОВ УНИВЕРСИТЕТА.**

Принципы корпоративной культуры сотрудников Университета реализуются на основе Устава Университета, миссии Университета, а также требований настоящего Положения и включают:

- осознание миссии Университета;
- осознание ответственности за реализацию миссии Университета;
- постоянное повышение уровня профессионального мастерства, непрерывное улучшение качества образовательного процесса, научно-исследовательскую деятельность и внедрение ее результатов в практику;
- санкционированный обмен знаниями и результатами исследований между учреждениями – партнерами Университета, ориентированный при этом на цели и задачи развития Университета, его интеллектуальную собственность;
- осознание ответственности за осуществление действий, наносящих урон интересам Университета, в том числе использование полученных результатов исследований или иной информации в ущерб имиджу и деловой репутации Университета, а также для целей личной выгоды;
- формирование позитивного имиджа Университета посредством качественного осуществления своей профессиональной деятельности, публичных выступлений, личных бесед;
- личное право высказать собственное мнение и отстаивать свою позицию. Делать заявления от имени Университета только по поручению Ученого совета или ректората Университета с осознанием полной меры ответственности за академическое сообщество, с учетом миссии и стратегических направлений развития Университета;
- реализацию принципов доверия, взаимного уважения, равенства, открытости, честности и справедливости в отношениях с коллегами, студентами и партнерами Университета.

## **ПРИНЦИПЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ УНИВЕРСИТЕТА С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ И ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ.**

1. Потребителями образовательных, научно-исследовательских и социокультурных услуг Университета выступают: студенты, аспиранты и слушатели; региональные органы государственной власти; органы местного самоуправления; государственные и муниципальные предприятия; общественные организации; бизнес-сообщество и др.

2. В основе взаимоотношений Университета с потребителями лежат следующие принципы:

- духовно-нравственная ответственность;
- постоянное повышение качества образовательных услуг и научно-исследовательской деятельности;
- нацеленность на запросы потребителей, расширение круга потребителей;
- вовлечение всех сотрудников Университета в решение вопросов качества;
- реализация задач постоянного улучшения деятельности.

3. Любой ВУЗ, любая организация, отечественная или зарубежная, может стать партнером Университета.

4. Каждый партнер Университета получает максимум внимания к его проблемам и потребностям.

5. При заключении договоров приоритет отдается тем, которые расширяют научно-исследовательский, образовательный и социокультурный потенциал Университета.