

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации

ВАШКЕВИЧ
Надежда Андреевна

**КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА В СТРУКТУРЕ
КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
Колик Алексей Валентинович

Допущен к защите

« ___ » _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа: 69 страниц, 7 рисунков, 39 источников, 1 приложение.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА, КОРПОРАТИВНАЯ ПРЕССА, КОРПОРАТИВНЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, ГАЗЕТА, САЙТ, БЛОГ, ИНФОРМАЦИОННАЯ БЮЛЛЕТЕНЬ.

Данная дипломная работа посвящена корпоративным медиа в структуре корпоративной культуры организации.

Объект исследования: Корпоративные средства массовой коммуникации.

Цель: Рассмотреть корпоративные средства массовой коммуникации как сложную составляющую формирования корпоративной культуры и внутреннего имиджа организации, выявить основные виды корпоративных СМИ, их функции, возможности, целевые аудитории.

Методы исследования: анализ документов, идеализации, обобщения, классификация, метод системного подхода, наблюдение, опрос, описание, структурно-функциональный метод.

В данной работе выявлены подходы к изучению и пониманию корпоративных медиа. Виды медиа, их специфика и возможности для использования в зависимости от конкретных целей и задач создания корпоративного медиа.

Результаты проекта можно будет использовать в реально существующей организации с хорошо развитой корпоративной культурой, или же в организации, где планируется создание и оформление корпоративной культуры, так как корпоративные средства массовой коммуникации могут быть неотъемлемой ее частью.

Дипломная работа выполнена самостоятельно.

Вашкевич Н.А. _____

Дыпломная праца: 69 старонак, 7 малюнкаў, 39 крыніц, 1 прыкладанне.

КАРПАРАТЫЎНАЯ КУЛЬТУРА, ІМІДЖ АРГАНІЗАЦЫІ, СРОДКІ МАСАВАЙ КАМУНІКАЦЫІ, КАРПАРАТЫЎНЫЯ МЕДЫЯ, КАРПАРАТЫЎНАЯ ПРЭСА, КАРПАРАТЫЎНЫЯ СРОДКІ МАСАВАЙ КАМУНІКАЦЫІ, ГАЗЕТА, САЙТ, БЛОГ, ІНФАРМАЦЫЙНАЯ БЮЛЕТЭНЬ.

Дадзеная дыпломная праца прысвечана карпаратыўным медыя ў структуры карпаратыўнай культуры арганізацыі.

Аб'ект даследавання: Карпаратыўныя сродкі масавай камунікацыі.

Мэта: Разгледзець карпаратыўныя сродкі масавай камунікацыі як складаную частку фарміравання карпаратыўнай культуры і ўнутранага іміджу арганізацыі, выявіць асноўныя віды карпаратыўных СМІ, іх функцыі, магчымасці, мэтавыя аўдыторыі.

Метады даследавання: аналіз дакументаў, ідэалізацыі, абагульнення, класіфікацыя, метады сістэмнага падыходу, назіранне, апытанне, апісанне, структурна-функцыянальны метады.

У дадзенай рабоце выяўлены падыходы да вывучэння і разумення карпаратыўных медыя. Віды медыя, іх спецыфіка і магчымасці для выкарыстання ў залежнасці ад канкрэтных мэтаў і задач стварэння карпаратыўнага медыя.

Вынікі праекта можна будзе выкарыстоўваць у рэальна існуючай арганізацыі з добра развітой карпаратыўнай культурай, або ў арганізацыі, дзе плануецца стварэнне і афармленне карпаратыўнай культуры, бо карпаратыўных сродкаў масавай камунікацыі могуць быць неад'емнай яе часткай.

Дыпломная праца выканана самастойна.

Вашкевіч Н.А. _____

Thesis: 69 pages, 7 figures, 9 sources, 1 application.

CORPORATE CULTURE, IMAGE of the ORGANIZATION, MASS MEDIUM, CORPORATE MEDIA, the CORPORATE PRESS, CORPORATE ASSETS of MASS COMMUNICATION, the NEWSPAPER, the WEBSITE, the BLOG, INFORMATION CERTIFY AS ILL.

This thesis is devoted to corporate media in structure of corporate culture of the organization.

Research object: Corporate assets of mass communication.

Purpose: To consider corporate assets of mass communication as a difficult component of formation of corporate culture and internal image of the organization, to reveal main types of corporate SMK, their functions, an opportunity, target audiences.

Research methods: analysis of documents, idealization, generalizations, classification, method of the systems concept, observation, inquiry, description, structurally functional method.

In this operation approaches to a study are revealed and I understand corporate media. Types of media, their specifics and opportunities for use depending on specific goals and tasks of creation corporate media.

Project deliverables can be used in the real-life organization with well developed corporate culture, or in the organization where creation and design of corporate culture since corporate assets of mass communication can be its integral part is planned.

The thesis is performed independently.