**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ**

ЯНУШКЕВИЧ

Елизавета Владимировна

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЧАСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА РЕДАКЦИИ СМИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:

доцент кафедры истории журналистики и менеджмента СМИ

Маючий Виктор Владимирович

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

Заведующий кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ, кандидат филологических наук, доцент Дроздов Д.Н.

Минск, 2017

# ОГЛАВЛЕНИЕ

[ОГЛАВЛЕНИЕ 2](#_Toc484790774)

[РЕФЕРАТ 3](#_Toc484790775)

[ВВЕДЕНИЕ 6](#_Toc484790777)

[ГЛАВА 1КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕДАКЦИЕЙ СМИ 9](#_Toc484790778)

[1.1 Определение понятия корпоративной культуры и ее основные составляющие 9](#_Toc484790780)

[1.2 Формирование и развитие корпоративной культуры как функции менеджмента редакции СМИ 18](#_Toc484790782)

[ГЛАВА 2 КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА РАДИОСТАНЦИИ “РАДИУС˗ФМ”: ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ 29](#_Toc484790783)

[2.1 Общая характеристика радиостанции «Радиус˗ФМ» 29](#_Toc484790784)

[2.2 Анализ и оценка корпоративной культуры радиостанции «Радиус˗ФМ» 30](#_Toc484790785)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 45](#_Toc484790786)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 48](#_Toc484790787)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 53](#_Toc484790788)

# РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

# КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ЧАСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА РЕДАКЦИИ СМИ

Объем дипломной работы – 58 страниц.

Количество иллюстраций – нет.

Количество таблиц – 3.

Количество приложений – 3.

Количество использованных источников – 69.

Ключевые слова: КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, культурные взаимосвязи, культура отношений, культура общения.

В данной дипломной работе описывается процесс формирования и поддержания корпоративной культуры как структурного элемента системы управления редакцией СМИ. Описываются существующие концептуальные подходы к определению понятия «корпоративная культура». Рассматривается структура и место корпоративной культуры в системе редакционного менеджмента.

**Объект исследования** – корпоративная культура как структурный элемент системы управления редакцией СМИ.

**Предмет исследования** – пути развития и повышения корпоративной культуры редакции СМИ.

**Цель исследования** – проанализировать сущность, содержание и специфику корпоративной культуры редакции СМИ и разработать рекомендации по ее совершенствованию.

**Актуальность** работы определяется тем, что ее результаты могут быть использованы в практической управленческой работе для разработки направлений совершенствования корпоративной культуры редакции СМИ.

Исследование выполнено самостоятельно и носит творческий характер.

**РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ**

**КАРПАРАТЫЎНАЯ КУЛЬТУРА ЯК ЧАСТКА МЕНЕДЖМЕНТА РЭДАКЦЫІ СМІ**

Аб'ём дыпломнай працы – 58 старонак.

Колькасць ілюстрацый – няма.

Колькасць табліц – 3.

Колькасць прыкладанняў – 3.

Колькасць выкарыстаных крыніц – 69.

Ключавыя словы: КАРПАРАТЫЎНАЯ КУЛЬТУРА, КУЛЬТУРНЫЯ Узаемасувязі, КУЛЬТУРА СТАСУНКАЎ, КУЛЬТУРА ЗНОСІН.

У дадзенай дыпломнай працы апісваецца працэс фарміравання і падтрымання карпаратыўнай культуры як структурнага элемента сістэмы кіравання рэдакцыяй СМІ. Апісваюцца існуючыя канцэптуальныя падыходы да вызначэння паняцця "карпаратыўная культура». Разглядаецца структура і месца карпаратыўнай культуры ў сістэме рэдакцыйнага менеджменту.

**Аб'ект даследавання**– карпаратыўная культура як структурны элемент сістэмы кіравання рэдакцыяй СМІ.

**Прадмет даследавання**– шляхі развіцця і павышэння карпаратыўнай культуры рэдакцыі СМІ.

**Мэта даследавання**– прааналізаваць сутнасць, змест і спецыфіку карпаратыўнай культуры рэдакцыі СМІ і распрацаваць рэкамендацыі па яе ўдасканаленні.

**Актуальнасць працы** вызначаецца тым, што яе вынікі могуць быць выкарыстаны ў практычнай кіраўніцкай працы для распрацоўкі напрамкаў удасканалення карпаратыўнай культуры рэдакцыі СМІ.

Даследаванне выканана самастойна і носіць творчы характар.

**THE ABSTRACT**

**CORPORATE CULTURE AS A PART OF MEDIA MANAGEMENT**

Volume thesis – 58.

The number of illustrations – none.

Number of tables – 3.

Number of applications – 3.

Number of sources used – 69.

Keywords: CORPORATE CULTURE, CULTURAL RELATIONS, CULTURE OF RELATIONS, CULTURE OF COMMUNICATION.

In this thesis, the process of formation and maintenance of corporate culture as a structural element of the media management system is described. The existing conceptual approaches to the definition of the concept of "corporate culture" are described. The structure and place of corporate culture in the editorial management system is considered.

**The item of the research** is corporate culture as a structural element of the media editorial management system.

**The subject of the research** is the ways of developing and enhancing the corporate culture of the media editorial staff.

**The goal of the research** is to analyze the essence, content and specificity of the corporate culture of the media editorial staff and develop recommendations for its improvement.

**The urgency of the work**is determined by the fact that its results can be used in practical managerial work to develop directions for improving the corporate culture of the media.

The research was carried out independently and is of a creative nature.