

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА»

Кафедра инновационного управления

ЗАЙКОВСКАЯ Татьяна Викентьевна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ)**

Магистерская диссертация

специальность 1-26 80 04 Менеджмент  
профилизация Технологии управления персоналом

Научный руководитель  
Елена Александровна Поддубская  
заведующая кафедрой  
инновационного управления

Допущена к защите  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022г.  
Заведующий кафедрой  
инновационного управления  
\_\_\_\_\_ Е.А. Поддубская  
кандидат педагогических наук

Минск, 2023

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Тема магистерской диссертации: «Совершенствование системы корпоративных коммуникаций современной организации (на примере учреждения высшего образования)».

Содержит 99 страниц текстового материала, 23 таблицы, 63 иллюстрации, библиография составляет 51 названия.

Ключевые слова: КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, КОРПОРАТИВНАЯ РЕПУТАЦИЯ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, БРЕНД, ЛОГОТИП, ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ, КРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ИНТРАНЕТ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, СТРАТЕГИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

**Цель исследования:** изучение теоретических аспектов совершенствования системы корпоративных коммуникаций в современной организации и разработка на этой основе стратегии развития системы корпоративных коммуникаций в учреждении высшего образования, а также практических рекомендаций по ее внедрению.

**Объект исследования:** корпоративные коммуникации в системе управления организации.

**Предмет исследования:** стратегия развития системы корпоративных коммуникаций (на примере учреждения высшего образования).

**Задачи исследования:**

1. Изучить современные подходы к определению сущности, структуры и функций системы корпоративных коммуникаций организации.
2. Проанализировать модель корпоративных коммуникаций и систему управления персоналом современной организации (на примере учреждения высшего образования).
3. Разработать стратегию развития системы корпоративных коммуникаций в учреждении высшего образования и практические рекомендации по ее внедрению.

Методологической основой исследования являются теоретический и эмпирический методы научного познания, а именно: диалектический, логический, анализ, в том числе, сравнительный, синтез, индукция и дедукция, экспертное интервью, фокус-группа; специальные, принятые в мировой маркетинговой практике и коммуникативистике: контентный анализ, SNW-анализ, PEST, SWOT-анализ.

Результаты исследования могут быть применены в качестве как теоретической, так и практической базы в организации любой формы собственности и направления бизнеса.

## **GENERAL CHARACTERISTICS OF THE STUDY**

The topic of the master's thesis: "Improvement of the system of corporate communications of a modern organization (on the example of a higher education institution)".

It contains 99 pages of text material, 23 tables, 63 illustrations, bibliography of 51 titles.

Keywords used: CORPORATE COMMUNICATIONS, COMMUNICATION MANAGEMENT, CORPORATE REPUTATION, CORPORATE IDENTITY, BRAND, LOGO, INTERNAL COMMUNICATIONS, CRISIS COMMUNICATIONS, INTRANET, SOCIAL MEDIA, STRATEGY, EFFICIENCY. SWOT, PEST, SNW-ANALYSIS.

The purpose of the study: to study theoretical aspects of improving the corporate communications system in a modern organization and based on that to develop a strategy for the development of a corporate communications system in a higher education institution, as well as practical recommendations for its implementation.

Objects of the study: corporate communications in the management system of the organization.

Subjects of the study: strategy for the development of the corporate communications system (taking as an example a higher education institution).

Research objectives:

1. Study modern approaches to determining the essence, structure and functions of the organization's corporate communications system.
2. Analyze the model of corporate communications and the personnel management system of a modern organization (taking as an example a higher education institution).
3. Develop a strategy for development of a corporate communications system in an institution of a higher education and practical recommendations for its implementation.

The methodological basis of the study is the theoretical and empirical methods of scientific knowledge, namely: dialectical, logical, analysis, including comparative, synthesis, induction and deduction, expert interviews, as well as accepted in world marketing practice and communication science: content analysis, SNW- analysis, PEST, SWOT analysis.

The results of the study may be applied both as a theoretical and practical basis in the organization of any form of ownership and business areas.

# АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА РАБОТЫ

Тэма магістарскай дысертацыі: «Удасканаленне сістэмы карпаратыўных камунікацый сучаснай арганізацыі (на прыкладзе ўстановы вышэйшай адукацыі)».

Змяшчае 99 старонак тэкставага матэрыялу, 23 табліцы, 63 ілюстрацыі, бібліяграфія складае 51 назву.

Ключавыя словы: КАРПАРАТЫЎНЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, КАМУНІКАЦЫЙНЫ МЕНЕДЖМЕНТ, КАРПАРАТЫЎНАЯ РЭПУТАЦЫЯ, ФІРМОВЫ СТЫЛЬ, БРЭНД, ЛАГАТЫП, УНУТРАНЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, КРЫЗІСНЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, ІНТРАНЭТ, САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, ЦЯКУЧАСЦЬ КАДРАЎ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ.

Мэта даследавання: вывучэнне тэарэтычных аспектаў ўдасканалення сістэмы карпаратыўных камунікацый у сучаснай арганізацыі і распрацоўка на гэтай аснове стратэгіі развіцця сістэмы карпаратыўных камунікацый ва ўстанове вышэйшай адукацыі, а таксама практычных рэкамендацый па яе ўкараненні.

Аб'ект даследавання: карпаратыўныя камунікацыі ў сістэме кіравання арганізацыі.

Прадмет даследавання: стратэгія развіцця сістэмы карпаратыўных камунікацый (на прыкладзе ўстановы вышэйшай адукацыі).

Задачы даследавання:

1. Вывучыць сучасныя падыходы да вызначэння сутнасці, структуры і функцый сістэмы карпаратыўных камунікацый арганізацыі.
2. Прааналізаваць мадэль карпаратыўных камунікацый і сістэму кіравання персаналам сучаснай арганізацыі (на прыкладзе установе вышэйшай адукацыі).
3. Распрацаваць стратэгію развіцця сістэмы карпаратыўных камунікацый ва ўстанове вышэйшай адукацыі і практычныя рэкамендацыі па яе ўкараненні.

Метадалагічнай асновай даследавання з'яўляюцца тэарэтычны і эмпірычны метады навуковага пазнання, а менавіта: дыялектычны, лагічны, аналіз, у тым ліку, параўнальны, сінтэз, індукцыя і дэдукцыя, экспертнае інтэрв'ю, фокус-група; спецыяльныя, прынятыя ў сусветнай маркетынгавай практыцы і камунікатывістыке: кантэнтны аналіз, SNW-аналіз, PEST, SWOT-аналіз.

Вынікі даследавання могуць быць ужытыя ў якасці як тэарэтычнай, так і практычнай базы ў арганізацыі любой формы ўласнасці і напрамку бізнесу.