

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра технологий коммуникации**

**КОВАЛЕНКО**  
Ксения Игоревна

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА БЕЛОРУССКИХ  
КОММУНИКАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
Старший преподаватель  
Р.Н. Костицын

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2015 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2015

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 58, таблиц – 1, источников – 40, приложений – 3.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ОРГАНИЗАЦИИ, КОМПАНИЯ, ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ, ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ И СОТРУДНИКИ, КОММУНИКАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО, КА «АРС КОММЮНИКЕЙШНЗ», ООО «ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ».

Объект исследования – корпоративная культура организации как ключевой фактор успеха компании.

Предмет исследования – сравнительный анализ корпоративной культуры белорусских коммуникационных агентств на примере КА «АРС Коммюникейшнз» и ООО «Институт общественных связей».

Цель работы: изучить корпоративную культуру коммуникационных агентств Беларуси и провести сравнительный анализ корпоративной культуры белорусских коммуникационных агентств на примере КА «АРС Коммюникейшнз» и ООО «Институт общественных связей».

Методы исследования: системный подход, сравнительный анализ, анализ документов, метод экспертного интервью.

Полученные результаты и их новизна: определены понятия корпоративной культуры и коммуникационного агентства, изучены основные теоретико-методологические аспекты формирования корпоративной культуры компании, доказано, что корпоративная культура является стратегическим инструментом формирования имиджа компании, проанализирована корпоративная культура белорусских коммуникационных агентств на примере КА «АРС Коммюникейшнз» и ООО «Институт общественных связей», а также разработана модель корпоративной культуры коммуникационных агентств Беларуси. Новизна работы заключается в анализе корпоративной культуры белорусских коммуникационных агентств.

Область возможного практического применения: разработанная модель корпоративной культуры может быть использована для формирования эффективной внутриорганизационной культуры белорусских коммуникационных агентств.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

Коваленко К.И.

---

## РЭФЭРАТ

Дыпломная праца: старонак – 58, табліц – 1, крыніц – 40, прыкладанняў – 3

КАРПАРАТЫЎНАЯ КУЛЬТУРА АРГАНІЗАЦЫІ, КАМПАНІЯ, ФАРМАВІРАВАННЕКАРПАРАТЫЎНАЙ КУЛЬТУРЫ, ТОП-МЭНЭДЖМЭНТ І СУПРАЦОЎНІКІ, КАМУНІКАЦЫЙНЫЯ АГЕНЦТВЫ, КА «АРС КАМЮНІКЕЙШНЗ», ТАА «ІНСТЫТУТ ГРАМАДСКІХ СУВЯЗЕЙ»

Аб'ект даследавання – карпаратыўная культура арганізацыі як ключавы фактар поспеху кампаніі.

Прадмет даследавання – параўнальны аналіз карпаратыўнай культуры беларускіх камунікацыйных агенцтваў на прыкладзе КА «АРС Камюнікейшнз» і ТАА «Інстытут грамадскіх сувязей».

Мэта працы: вывучыць карпаратыўную культуру камунікацыйных агенцтваў Беларусі і правесці параўнальны аналіз карпаратыўнай культуры беларускіх камунікацыйных агенцтваў на прыкладзе КА «АРС Камюнікейшнз» і ТАА «Інстытут грамадскіх сувязей».

Метады даследавання: сістэмны падыход, параўнальны аналіз, аналіз дакументаў, метады экспертнага інтэрв'ю.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: вызначаны паняцці карпаратыўнай культуры і камунікацыйнага агенцтва, вывучаны асноўныя тэарэтыка-метадалагічныя аспекты фарміравання карпаратыўнай культуры кампаніі, даказана, што карпаратыўная культура з'яўляецца стратэгічным інструментам фарміравання іміджу кампаніі, прааналізавана карпаратыўная культура беларускіх камунікацыйных агенцтваў на прыкладзе КА «АРС Камюнікейшнз» і ТАА «Інстытут грамадскіх сувязей», а таксама распрацавана мадэль карпаратыўнай культуры камунікацыйных агенцтваў Беларусі. Навізна працы складаецца ў аналізе карпаратыўнай культуры беларускіх камунікацыйных агенцтваў.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: распрацаваная мадэль карпаратыўнай культуры можа быць выкарыстана для фарміравання эфектыўнай унутранай культуры беларускіх камунікацыйных агенцтваў.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

КаваленкаК.І.

---

## THE ABSTRACT

Diploma work: pages – 58, tables – 1, sources of information – 40, applications – 3.

CORPORATE CULTURE OF AN INSTITUTE, COMPANY, FORMATION OF CORPORATE CULTURE, TOP MANAGEMENT AND STAFF, COMMUNICATIONS AGENCY, CA “ARS COMMUNICATIONS”, LLC “INSTITUTION OF PUBLIC RELATIONS”.

The object of research is corporate culture of a company as the key to company's success.

The subject of research is the comparative analysis of corporate culture of Belarusian communications agencies in terms of CA “ARS Communications” and LLC “Institution of Public Relations”.

The work objective is the study of corporate culture of Belarusian communications agencies and the performance of the comparative analysis of corporate culture in terms of CA “ARS Communications” and LLC “Institution of Public Relations”.

The methods used to study are systematic approach, comparative analysis, document analysis, expert interview method.

The educts and their novelty: the notions of corporate culture and communications agency defined, the main theoretical and methodological aspects of corporate culture formation explored, proved that corporate culture is a strategic tool in corporal identity formation, corporate culture in terms of CA “ARS Communications” and LLC “Institution of Public Relations” analyzed, the model of corporate culture of communications agencies of Belarus developed. The novelty of the work lies in the analysis of corporate culture of Belarusian communications agencies.

The area of possible practical use is that the developed model of corporate culture maybe used in formation of effective corporate culture of Belarusian communications agencies.

The author of the work attests the authenticity of all the data used and of the educts of the graduation work, as well as its independent accomplishment.

Kovalenko K.I.

---