

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации**

САВИЧ
Ирина Витальевна

**PR-ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ
КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

Дипломная работа

Научный
руководитель:
старший
преподаватель
Т.В. Ковалевич

Допущена к защите

«__» _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникаций

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 73, источников – 61, приложений – 10.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, КОРПОРАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ, ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ, МИССИЯ, КОРПОРАТИВНЫЕ ЦЕННОСТИ, PR-ТЕХНОЛОГИИ, КОДЕКС КОРПОРАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ, БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ, СТУДЕНТЫ, СТУДЕНЧЕСКОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ.

Объект исследования: корпоративная культура Белорусского государственного университета.

Предмет исследования – PR-технологии, применяемые для формирования корпоративной культуры.

Цель работы: выявление и анализ эффективных PR-технологий формирования корпоративной культуры студентов.

Методы исследования: исторический, системный, наблюдение, анализ, сравнение, обобщение, описание, анкетный опрос, интервью, анализ документов, контент-анализ сайтов и групп в социальных сетях.

Полученные результаты: проведен анализ корпоративной культуры студентов Белорусского государственного университета, выявлены механизм и технологии паблик рилейшнз формирования корпоративной культуры БГУ, даны рекомендации по оптимизации корпоративной культуры студенческого сообщества БГУ, предложена программа и план мероприятий по внедрению Кодекса корпоративного поведения студентов Белорусского государственного университета.

Новизна темы заключается в обосновании необходимости Кодекса корпоративной культуры для формирования корпоративной культуры университета, а также разработке плана по внедрению Кодекса и оценке эффективности данной технологии.

Область возможного практического применения: предложенные в дипломной работе рекомендации по совершенствованию корпоративной культуры студентов могут быть использованы и внедрены в Белорусском государственном университете.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 73, крыніц – 61, дадаткаў – 10.

КАРПАРАТЫЎНАЯ КУЛЬТУРА, КАРПАРАТЫЎНАЯ ІДЭНТЫЧНАСЦЬ, ФАРМІРАВАННЕ КАРПАРАТЫЎНАЙ КУЛЬТУРЫ, МІСІЯ, КАРПАРАТЫЎНЫЯ КАШТОЎНАСЦІ, PR-ТЭХНАЛОГІІ, КОДЭКС КАРПАРАТЫЎНЫХ ПАВОДЗІН, БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ УНІВЕРСІТЭТ, СТУДЭНТЫ, СТУДЭНЦКАЕ САМАКІРАВАННЕ.

Аб'ект даследавання: карпаратыўная культура Беларускага дзяржаўнага універсітэта.

Прадмет даследавання: PR-тэхналогіі, якія выкарыстоўваюцца для фарміравання карпаратыўнай культуры.

Мэта працы: выяўленне і аналіз эфектыўных PR-тэхналогій фарміравання карпаратыўнай культуры студэнтаў.

Метады даследавання: гістарычны, сістэмны, назіранне, аналіз, параўнанне, абагульненне, апісанне, анкетнае апытанне, інтэрв'ю, аналіз дакументаў, кантэнт-аналіз сайтаў і груп у сацыяльных сетках.

Атрыманыя вынікі: праведзены аналіз карпаратыўнай культуры студэнтаў Беларускага дзяржаўнага універсітэта, выяўлены механізм і PR-тэхналогіі фарміравання карпаратыўнай культуры БДУ, дадзены рэкамендацыі па аптымізацыі карпаратыўнай культуры студэнцкай супольнасці БДУ, прапанавана праграма і план мерапрыемстваў па ўкараненні Кодэкса карпаратыўных паводзінаў студэнтаў Беларускага дзяржаўнага універсітэта.

Навізна тэмы заключаецца ў абгрунтаванні неабходнасці Кодэкса карпаратыўнай культуры для фарміравання карпаратыўнай культуры універсітэта, а таксама распрацоўцы плана па ўкараненні Кодэкса і ацэнцы эфектыўнасці дадзенай тэхналогіі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: прапанаваныя ў дыпломнай працы рэкамендацыі па ўдасканаленні карпаратыўнай культуры студэнтаў могуць быць выкарыстаны і ўкаранёны ў Беларускай дзяржаўнай універсітэце.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, што былі выкарыстаны ў працы.

Савіч І.В.

THE ABSTRACT

Diploma work: pages – 73, sources of information – 61, appendices – 10.

CORPORATE CULTURE, CORPORATE IDENTITY, FORMATION OF CORPORATE CULTURE, MISSION, CORPORATE VALUES, PR-TECHNOLOGIES, THE CODE OF CORPORATE CONDUCT, THE BELARUSIAN STATE UNIVERSITY, STUDENTS, STUDENT GOVERNMENT.

The object of the research: corporate culture of the Belarusian State University.

The subject of the research: PR-technologies used for the formation of corporate culture.

The target of the research: identification and analysis of effective PR-technologies for the formation of a student corporate culture.

The methods of the research: historical, systematic, observation, analysis, comparison, generalization, description, a questionnaire survey, interviewing, document analysis, content analysis of websites and social network communities.

The obtained results: the analysis of the corporate culture of the Belarusian State University students, the identification of the mechanism and PR-technologies of the BSU corporate culture, recommendations on the optimization of the corporate culture of the BSU student community, a programme and an action plan for the implementation of the Code of Corporate Conduct for the students of the Belarusian State University.

The novelty of the research is in providing of the rationale for the necessity of the Code of Corporate Conduct for the formation of the BSU corporate culture and in the development of the plan of the Code implementation and the evaluation of its effectiveness.

The area of the potential practical usage: the proposed recommendations for the improvement of the student corporate culture can be used and implemented in the Belarusian State University.

The author of the study confirms the reliability and objectivity of links to the sources used in the work.

Savich I.
