

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

БАЛБЕРОВА
Мария Сергеевна

**КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ
ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
кандидат социологических наук,
доцент Т. В. Купчинова

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 48 страниц и включает 5 приложений и 34 использованных источника.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: КОММУНИКАЦИИ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ИНСТРУМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ, КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИА, ВИДЫ КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА, ФУНКЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА, КОРПОРАТИВНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ЦЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ, ЗАДАЧИ КОРПОРАТИВНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ, РАЗРАБОТКА РУКОВОДСТВА ПО СОЗДАНИЮ КОРПОРАТИВНЫХ НОВОСТЕЙ В ВИДЕОФОРМАТЕ.

Объект исследования дипломной работы – корпоративные медиа как инструмент организационных коммуникаций. Предмет исследования дипломной работы – виды и функции корпоративных медиа как инструмента организационных коммуникаций. Цель данной дипломной работы – раскрыть сущность корпоративных медиа как инструмента организационных коммуникаций. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, описательный метод и метод сравнения, а также частнонаучные, используемые в социальных науках, такие как экспертное полустандартизированное интервью и разработка проекта.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: дано определение понятию организационные коммуникации; выявлены функции организационных коммуникаций; рассмотрены инструменты организационных коммуникаций; описана история становления корпоративных медиа; изучены виды корпоративных медиа; выявлены функции корпоративных медиа; определены цели и задачи корпоративного телевидения; проанализированы этапы разработки корпоративного телевидения; разработано руководство по созданию корпоративных новостей в видео-формате.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием аналогов разработки подобного руководства. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке корпоративных новостей для различных организаций.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельной разработке проекта.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы складае 48 старонак і ўключае 5 прыкладанняў і 34 выкарыстаных крыніцы.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВЫ: КАМУНІКАЦЫІ, АРГАНІЗАЦЫЙНЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, ІНСТРУМЕНТЫ АРГАНІЗАЦЫЙНЫХ КАМУНІКАЦЫЙ, КАРПАРАТЫЎНЫЯ МЕДЫЯ, ВІДЫ КАРПАРАТЫЎНЫХ МЕДЫЯ, ФУНКЦЫІ КАРПАРАТЫЎНЫХ МЕДЫЯ, КАРПАРАТЫЎНАЕ ТЭЛЕБАЧАННЕ, МЭТЫ КАРПАРАТЫЎНАГА ТЭЛЕБАЧАННЯ, ЗАДАЧЫ КАРПАРАТЫЎНАГА ТЭЛЕБАЧАННЯ, РАСПРАЦОЎКА КІРАЎНІЦТВА ПА СТВАРЭННЮ КАРПАРАТЫЎНЫХ НАВІН Ў ВІДЭА-ФАРМАЦЕ.

Аб'ект даследавання дыпломнай работы – карпаратыўныя медыя як інструмент арганізацыйных камунікацый. Прадмет даследавання дыпломнай работы - віды і функцыі карпаратыўных медыя як інструмента арганізацыйных камунікацый. Мэта дадзенай дыпломнай работы – раскрыць сутнасць карпаратыўных медыя як інструмента арганізацыйных камунікацый. Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, метады індукцыі і дэдукцыі, апісальны метады і метады параўнання, а таксама частнонаучныя, якія выкарыстоўваюцца ў сацыяльных навук, такія як экспертнае полустандартизированное інтэрв'ю і распрацоўка праекта.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: дадзена вызначэнне паняццю арганізацыйныя камунікацыі; выяўлены функцыі арганізацыйных камунікацый; разгледжаны інструменты арганізацыйных камунікацый; апісана гісторыя станаўлення карпаратыўных медыя; вывучаны віды карпаратыўных медыя; выяўлены функцыі карпаратыўных медыя; вызначаны мэты і задачы карпаратыўнага тэлебачання; прааналізаваны этапы распрацоўкі карпаратыўнага тэлебачання; распрацаваны дапаможнік па стварэнні карпаратыўных навін у відэа-фармаце.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю аналага ў распрацоўкі падобнага кіраўніцтва. Атрыманыя вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай работы могуць прымяняцца ў навучальным працэсе, а таксама пры распрацоўцы карпаратыўных навін для розных арганізацый.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойнай распрацоўцы праекта.

GRADUATE THESIS SUMMARY

This thesis consists of 48 pages and includes 5 applications and used 34 sources.

KEYWORDS: COMMUNICATION, ORGANIZATIONAL COMMUNICATION, ORGANIZATIONAL COMMUNICATION TOOLS, CORPORATE MEDIA, TYPES OF CORPORATE MEDIA, FUNCTIONS OF CORPORATE MEDIA, CORPORATE TV, GOALS OF CORPORATE TV, TASKS OF CORPORATE TV, DEVELOPMENT OF THE MANAGEMENT OF CORPORATE NEWS IN THE VIDEO FORMAT.

The object of research of thesis work is corporate media as an instrument of organizational communications. The subject of the research paper is the types and functions of corporate media as a tool for organizational communications. The purpose of this thesis is to reveal the essence of corporate media as an instrument of organizational communications. The methodological basis of the thesis is based on general scientific methods: the method of analysis and synthesis, the method of induction and deduction, the descriptive method and method of comparison, as well as the particular scientific methods used in the social sciences, such as expert semi-standardized interviews and project development.

In the process of writing the thesis, the following results were obtained: the definition of organizational communications was defined; Functions of organizational communications are revealed; The tools of organizational communications are considered; Describes the history of the formation of corporate media; Types of corporate media; Identified the functions of corporate media; The goals and objectives of corporate television; Stages of development of corporate television; Developed a guide to create corporate news in video format.

The novelty of the results is due to the lack of analogues in the development of such guidance. The obtained results are characterized by wide possibilities of theoretical and practical application. The materials of the thesis work can be applied in the educational process, as well as when developing corporate news for various organizations.

The materials and results of the thesis were obtained on the basis of reliable sources and the independent development of the project.