

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЗАВГОРОДНЯЯ
Юлия Сергеевна

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ
КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ЗАО «СТОЛИЧНОЕ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ»**

Дипломная работа

Научный руководитель —
старший преподаватель
Т.В. Ковалевич

Допущена к защите

«__» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации
и связей с общественностью

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2019

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 54 страниц, 35 источников, 1 рисунок, 7 приложений.

Перечень ключевых слов: КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, СМИ, ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ, СОТРУДНИКИ, БРЕНДБУК.

Объект исследования – корпоративная культура.

Предмет исследования – коммуникативные технологии формирования корпоративной культуры ЗАО «Столичное телевидение».

Цель работы – выявить и определить особенности корпоративной культуры ЗАО «Столичное телевидение».

Методы исследования: анализ научных трудов и публикаций по корпоративной культуре; классификация, анализ, синтез, обобщение, анкетирование, наблюдение.

Полученные результаты и их новизна: рассмотрены и проанализированы особенности корпоративной ЗАО «Столичное телевидение», а также коммуникативные технологии, используемые в данной организации; проведен анализ состояния корпоративной культуры телеканала, рассмотрены особенности брендбука; был разработан и предложен ряд рекомендаций по оптимизации коммуникативных технологий корпоративной культуры ЗАО «Столичное телевидение».

Новизна работы заключается в комплексном анализе состояния корпоративной культуры ЗАО «Столичное телевидение», а также применяемых в организации коммуникативных технологий, а также в разработке рекомендаций для оптимизации элементов брендбука телеканала и в создании корпоративного кодекса для повышения эффективности деятельности сотрудников, а также в разработке плана реализации элементов корпоративной культуры.

Область возможного практического применения: результаты данного исследования и разработанные рекомендации могут быть применены для организации эффективной деятельности сотрудников ЗАО «Столичное телевидение».

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

Ю.С. Завгородняя

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 54 старонак, 35 крыніц, 1 малюнак, 7 прыкладанняў.

Пералік ключавых слоў: КАРПАРАТЫЎНАЯ КУЛЬТУРА, СМІ, ТЭЛЕБАЧАННЕ, АРГАНІЗАЦЫЯ, СУПРАЦОЎНІКІ, БРЭНДБУК.

Аб'ект даследавання – карпаратыўная культура.

Прадмет даследавання – камунікатыўныя тэхналогіі фарміравання карпаратыўнай культуры ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне».

Мэта работы – выявіць і вызначыць асаблівасці карпаратыўнай культуры ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне».

Метады даследавання: аналіз навуковых прац і публікацый па карпаратыўнай культуры; класіфікацыя, аналіз, сінтэз, абагульненне, анкетаванне, назіранне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: разгледжаны і прааналізаваны асаблівасці карпаратыўнай ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне», а таксама камунікатыўныя тэхналогіі, якія выкарыстоўваюцца ў дадзенай арганізацыі; праведзены аналіз стану карпаратыўнай культуры тэлеканала, разгледжаны асаблівасці брэндбука; быў распрацаваны і прапанаваны шэраг рэкамендацый па аптымізацыі камунікатыўных тэхналогій карпаратыўнай культуры ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне».

Навізна працы складаецца ў комплексным аналізе стану карпаратыўнай культуры ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне» і камунікатыўных тэхналогій, а таксама ў распрацоўцы рэкамендацый для аптымізацыі элементаў брэндбука тэлеканала і ў стварэнні карпаратыўнага кодэкса для павышэння эфектыўнасці дзейнасці супрацоўнікаў, а таксама ў распрацоўцы плана рэалізацыі элементаў карпаратыўнай культуры.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дадзенага даследавання і распрацаваныя рэкамендацыі могуць быць ужытыя для арганізацыі эфектыўнай дзейнасці супрацоўнікаў ЗАТ «Сталічнае тэлебачанне».

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

Ю.С. Заўгародняя

ABSTRACT

Diploma work includes: 54 pages, 35 source applications, 1 picture, 7 applications.

List of key words: CORPORATE CULTURE, MASS MEDIA, A TELEVISION, ORGANIZATION, EMPLOYEES, BRAND BOOK.

The object of research is a corporate culture.

The subject - communication technologies of formation of corporate culture of «STV» broadcasting company.

The purpose is to identify features of the corporate culture of «STV» broadcasting company.

Methods: analysis of scientific papers and publications on corporate culture; classification, analysis, synthesis, questioning, observation.

The results and their novelty: there were considered and analyzed the features of the corporate culture of «STV» broadcasting company, as well as communication technologies used in the organization; The analysis of the state of the corporate culture of the channel has been carried out, the features of the brand book have been considered A number of recommendations were developed and proposed to optimize the communication technologies of the corporate culture of «STV» broadcasting company.

The novelty of the work lies in the in the holistic analysis of the comprehensive analysis of the state of the corporate culture of «STV» broadcasting company, as well as the communicative technologies used in the organization, as well as in developing recommendations for optimizing the elements of the brand book of the TV channel and in creating a corporate code to increase the efficiency of employees, as well as in developing an implementation plan elements of corporate culture.

The area of possible practical application: the results of this study and the developed recommendations can be applied to the organization for developing effectiveness of the employees of «STV» broadcasting company.

The author of the work confirms the authenticity of the materials and the results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

J. Zavgorodnyaya