МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ВОРОНОВА
Александра Руслановна

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОСТРОЕНИИ ЭФФЕКТИВНОЙ
СИСТЕМЫ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель –
А.В. Колик,
старший преподаватель

Допущена к защите

« ___ » _____ 2022 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью

_____ Ю.Н. Лукьянюк,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ, СИМВОЛОВ И ТЕРМИНОВ	3
РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	4
ВВЕДЕНИЕ	7
ГЛАВА 1 СИСТЕМА ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Внутренние коммуникации организации: сущность, коммуникационные модели и подходы к изучению	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Характеристика целевых аудиторий внутренних коммуникаций организации	Ошибка! Закладка не определена.
1.3 Значение HR-бренда организации для внутренних коммуникаций	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 2 РЕКЛАМНЫЕ И PR-ТЕХНОЛОГИИ В ПОСТРОЕНИИ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Формирование базовых ценностей организации с помощью PR-технологий	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Рекрутмент-реклама как технология трансляции ценностей компании	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 PR-технологии в построении эффективной системы лояльности персонала организации	Ошибка! Закладка не определена.
ГЛАВА 3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «СОФТТЕКО»	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Оптимизации коммуникации ООО «СофтТеко» с категорией персонала «потенциальные сотрудники»	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Оптимизации коммуникации ООО «СофтТеко» с категорией персонала «действующие сотрудники»	Ошибка! Закладка не определена.
3.3 Оптимизации коммуникации ООО «СофтТеко» с категорией персонала «бывшие сотрудники»	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ, СИМВОЛОВ И ТЕРМИНОВ

- СМИ – средства массовой информации
СМК – средства массовой коммуникации
НГО – негосударственная организация
AR – *augmented reality* – дополненная реальность
VR – *virtual reality* – виртуальная реальность
MR – *mixed reality* – смешанная реальность
Covid-19 – коронавирусная инфекция
HR – *human resources* – совокупность сотрудников, работающих в организации; персонал компании
IT – *information technology* – информационные технологии
NDA – *non-disclosure agreement* – соглашение о неразглашении коммерческой тайны
PR – *public relations* – связи с общественностью
QR-код – *quick response code* – код быстрого отклика
RFID-метка – *radio frequency identification* – радиочастотная идентификация

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 94 страницы, 66 источников, 13 приложений, 7 таблиц и 1 рисунок.

ВНУТРЕННЯЯ КОММУНИКАЦИЯ, ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ИТ-КОМПАНИЯ, ОПТИМИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ, СОВРЕМЕННАЯ КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, ЛОЯЛЬНОСТЬ, МОТИВАЦИЯ, РЕКЛАМА.

Объект исследования – внутренняя коммуникация современной организации.

Предмет исследования – современные технологии в построении эффективной системы внутренних коммуникаций организации.

Цель дипломной работы – исследовать существующие технологии построения эффективной системы внутренних коммуникаций организации и определить методы их внедрения в практику работы.

Методы исследования: метод описания, метод дедукции, системный метод, абстрактно-логический метод, метод моделирования.

Новизна дипломной работы заключается в том, что в условиях современной рыночной экономики благосостояние и устойчивое развитие современной компании зависит от выбранной коммуникационной внутренней политики и эффективного использования каналов коммуникации. Чтобы построить благоприятный имидж для внутренних целевых аудиторий (потенциальные, действующие и бывшие сотрудники), специалисты по коммуникации используют полный спектр рекламных и PR-технологий. В Беларуси IT-индустрия является сферой интеллектуального труда, которая создает большое количество рабочих мест и обеспечивает приток иностранной валюты в экономику страны, поэтому ее исследование на эмпирическом материале ООО «СофтТеко» представляет значительный интерес и ценность для научного сообщества.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть применены для оптимизации внутренних коммуникаций IT-компаний, которые заинтересованы в выстраивании гармоничных взаимоотношений с целевыми аудиториями.

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

Воронова А. Р.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Дыпломная работа змяшчае: 94 старонкі, 66 крыніц, 13 дадаткаў, 7 табліц і 1 малюнак.

УНУТРАНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, МЭТАВЫЯ АЎДЫТОРЫІ, СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ, ІТ-КАМПАНІЯ, АПТЫМІЗАЦЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, КАМУНІКАЦЫЙНЫЯ КАНАЛЫ, СУЧАСНАЯ КАМУНІКАЦЫЙНАЯ ПАЛІТЫКА, ЛАЯЛЬНАСЦЬ, МАТЫВАЦЫЯ, РЭКЛАМА.

Аб'ект даследавання – унутраная камунікацыя сучаснай арганізацыі.

Прадмет даследавання – сучасныя тэхналогіі ў пабудове эфектыўнай сістэмы ўнутраных камунікацый арганізацыі.

Мэта дыпломнай работы – даследаваць існуючыя тэхналогіі пабудовы эфектыўнай сістэмы ўнутраных камунікацый арганізацыі і вызначыць метады іх укаранення ў практыку працы.

Метады даследавання: метады апісання, метады дэдукцыі, сістэмны метады, абстрактна-лагічны метады, метады мадэлявання.

Навізна дыпломнай работы заключаецца ў тым, што ва ўмовах сучаснай рыначнай эканомікі дабрабыт і ўстойлівае развіццё сучаснай кампаніі залежыць ад выбранай камунікацыйнай унутранай палітыкі і эфектыўнага выкарыстання каналаў камунікацыі. Каб пабудаваць спрыяльны імідж для ўнутраных мэтавых аўдыторый (патэнцыйныя, дзейныя і былыя супрацоўнікі), камунікацыйныя спецыялісты выкарыстоўваюць поўны спектр рэкламных і PR-тэхналогій. У Беларусі ІТ-індустрыя з'яўляецца сферай інтэлектуальнай працы, якая стварае вялікую колькасць працоўных месцаў і забяспечвае прыток замежнай валюты ў эканоміку краіны, таму яе даследаванне на эмпірычным матэрыяле ТАА «СофтТэко» ўяўляе значную цікавасць і каштоўнасць для навуковай супольнасці.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнай работы могуць быць прыменены для аптымізацыі ўнутраных камунікацый ІТ-кампаній, якія зацікаўлены ў выбудоўванні гарманічных узаемаадносін з мэтавымі аўдыторыямі.

Аўтар работы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай работы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Воранава А. Р.

ABSTRACT OF THE DIPLOMA WORK

The diploma work contains: 94 pages, 66 sources, 13 supplements, 7 tables and 1 image.

INTERNAL COMMUNICATION, TARGET AUDIENCES, PUBLIC RELATIONS, IT COMPANY, COMMUNICATION OPTIMIZATION, COMMUNICATION CHANNELS, MODERN COMMUNICATION POLICY, LOYALTY, MOTIVATION, ADVERTISING.

The object of the research is the internal communication of a modern organization.

The subject of the research is modern technologies in building an effective system of internal communications of an organization.

The purpose of the diploma work is to explore the existing technologies for building an effective system of internal communications of the organization and determine the methods for their implementation in practice.

Research methods: description method, deduction method, systematic method, abstract and logical method, modeling method.

The novelty of the diploma work lies in the fact that in the conditions of a modern market economy, the well-being and sustainable development of a modern company depends on the chosen internal communication policy and the effective use of communication channels. To build a favorable image for internal target audiences (potential, current and former employees), communication specialists use a full range of advertising and PR technologies. In Belarus, the IT industry is a sphere of intellectual work, which creates a large number of jobs and ensures the inflow of foreign currency into the country's economy, so its research based on the empirical material of SoftTeco LLC is of considerable interest and value for the scientific community.

Area of possible practical application: the results of the diploma work can be used to optimize the internal communications of IT companies that are interested in building harmonious relations with target audiences.

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

Voronova A. R.

ВВЕДЕНИЕ

Коммуникация представляет собой необходимое и всеобщее условие жизнедеятельности человека и одну из фундаментальных основ существования общества. Коммуникация в организации – это информационные взаимодействия, в которые люди вступают при выполнении своих функциональных обязанностей [7, с. 481].

Коммуникация организации с целевыми аудиториями имеет важное значение для успешности осуществляемой деятельности. По этой причине возникает потребность в выстраивании эффективной коммуникационной политики, чем и занимаются специалисты в сфере PR и HR в организации. Если внутри компании возникает серьезная информационная дисфункция или нарушаются информационные потоки внутри структуры, то само существование организации ставится под угрозу.

Эффективная коммуникация – это сложный процесс, который затрагивает большое количество важных этапов и является фундаментом для эффективной деятельности организации. Одним из основных инструментов для максимизации эффективности организации становится оптимизация коммуникационного процесса. Для проведения мероприятий по оптимизации коммуникации необходим глубокий анализ существующего положения дел, а также разработка ряда новых идей, способных в выгодном свете сказаться на взаимодействии организации с целевыми аудиториями.

Управленческая деятельность связана с необходимостью непрерывной коммуникации и координации структурных элементов в организации и отдельных ее сотрудников для достижения общих, поставленных на стратегическом уровне планирования, целей [50, с. 22-23]. Таким образом, грамотно выстроенная коммуникационная внешняя и внутренняя политика являются средством обеспечения целостности и результативного функционирования современной организации.

Управление людьми – это основа управления любой организацией. На современном этапе развития экономики одним из важнейших направлений ее развития является активизация человеческого фактора. На сегодня важным элементом менеджмента является мотивация, так как конкуренция за обладание квалифицированным персоналом достаточно высока. Быть успешной на рынке может лишь организация с четко выстроенной и сформированной системой мотивации. При умелом использовании действенных инструментов мотивации результаты работы повышаются, а затраты на их достижение становятся ниже, что особенно важно для бизнеса.

Руководство, которое ставит перед организацией стратегические цели в долгосрочной перспективе, может рассчитывать на их благоприятное достижение при том условии, что сотрудники будут лояльны к компании. Лояльный сотрудник значительно чаще будет стремиться проявить инициативу, внести инновационное предложение, повысить свою и общеорганизационную эффективность. Терпимость к временным трудностям, соблюдение дисциплины, готовность к обучению и развитию, сохранность коммерческой информации – все это для лояльных работников следствие не страха потери места работы, денег или наказания, а верности организации и ощущения единства. Работники становятся одними из важнейших трансляторов информации об организации, инфлюенсерами для общественности, что сильно влияет на имидж компании, в том числе и как работодателя. Как отмечают А. Н. Шмидт и С. С. Карагодин, мнение сотрудников формирует «социальный имидж организации» в обществе [29].

Особенно сильным катализатором для стремления повысить лояльность персонала является конкуренция. Ведь именно от уровня лояльности работников зависит то, сможет ли организация быть достойным актором на рынке, сможет ли удержаться на лидирующих позициях и способна ли она стремиться улучшать показатели деятельности.

В связи с активными социальными и экономическими преобразованиями в обществе особое значение в жизненном цикле каждой организации приобретает вопрос подбора квалифицированных сотрудников. В настоящее время отдел управления персоналом становится одним из наиболее стратегически важных подразделений организации. Именно персонал управляет задачами, от решения которых зависит успешность организации и ее дальнейший вектор развития.

HR-бренд компании необходимо транслировать целевым аудиториям. Так рекрутинг и реклама становятся неразрывно связаны между собой. Как известно, одной из наиболее приоритетных задач HR-бренда является снижение затрат на наем персонала. Реклама HR-бренда является частью стратегической коммуникационной деятельности компании, она влияет на внутренние и внешние процессы. Поддержка HR-бренда должна быть направлена на формирование у общественности положительных ассоциаций и мнения об отношениях внутри организации и на ее периферии. Таким образом, важным для современной организации является построение и поддержка рекламного инструментария с целью продвижения имиджа работодателя для общественности.

Данные тезисы обуславливают *актуальность* дипломной работы.

Объектом дипломной работы является внутренняя коммуникация современной организации. *Предметом* – современные технологии в построении эффективной системы внутренних коммуникаций организации.

Цель дипломной работы – исследовать существующие технологии построения эффективной системы внутренних коммуникаций организации и определить методы их внедрения в практику работы.

Для достижения данной цели поставлены следующие *задачи*:

1. исследовать понятие коммуникации и ее значение для организации;
2. исследовать структуру внутренних рекламных и PR-коммуникаций;
3. исследовать компанию ООО «СофтТек» и исследовать внутренние PR- и рекламные коммуникации в ней;
4. оценить эффективность существующей в компании внутренней коммуникационной стратегии;
5. разработать программу по оптимизации коммуникации ООО «СофтТек» с внутренними целевыми аудиториями.

Теоретико-методологической базой послужили труды зарубежных и отечественных ученых: «Теория коммуникации» И. В. Сидорской, «Основы информационно-коммуникационной деятельности» А. И. Соловьева, «Лояльность персонала как социально-психологическая установка» В. И. Доминьяка и другие работы данного исследователя, «Мотивация и мотивы» Е. П. Ильина, «Оценка эффективности внутрикорпоративных коммуникаций» Д. П. Гавра и Д. П. Шишкина, «Основы теории коммуникации» Д. П. Гавра, «Основы теории коммуникации» под ред. М. А. Василика, «HR. Рекрутмент. Обучение. Маркетинг. Аналитика» Н. А. Осовицкой, «Техники успешного рекрутмента» Т. Баскиной, а также научные труды К. В. Харского, М.А. Залуцкого, И. П. Савченко и других исследователей внутренней коммуникации в современной организации.

В качестве *эмпирического материала* в дипломной работе исследована система работы PR-службы ООО «СофтТек» (автор дипломной работы работает в данной организации на позиции PR-специалиста), SoftTeco: отчеты по КСО за 2017–2018 гг. и 2020–2021 гг., размещенные в глобальной сети. А также научная, научно-практическая и специальная литература, электронные ресурсы, в которых исследуется внутренний PR, лояльность персонала и стратегии ее повышения в организации.

Методы исследования: метод описания (для анализа существующих подходов к внутренней коммуникации организации, лояльности персонала и его мотивации), метод дедукции (для перехода от теоретического знания к частным ситуациям), системный метод (для рассмотрения объекта как целостного комплекса), абстрактно-логический метод (для изучения сущности явлений

«внутренняя коммуникация», «мотивация», «лояльность», «рекрутмент-реклама»), метод моделирования.

Теоретическая и практическая значимость. Результаты данной дипломной работы могут стать теоретической и практической базой для дальнейшего исследования внутренней коммуникации современных организаций, а также для оптимизации систем внутренних коммуникаций. Результаты представленного исследования в настоящее время внедряется в ООО «СофтТеко».

Структура работы включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных источников и приложения. Первая глава представляет собой анализ системы внутренних коммуникаций в организации, во второй главе были исследованы рекламные и PR-технологии в построении системы внутренних коммуникаций организации, в третьей – рекомендации по оптимизации системы внутренних коммуникаций организации. Список использованных источников насчитывает 66 позиций.

Общий объем дипломной работы составляет 94 страницы.