

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

ЕРШОВА Лилия Владимировна

**ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА СОЦИАЛЬНЫЙ
КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
кандидат политических наук,
доцент И.И.Екадумова

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура дипломной работы включает введение, три главы и заключение. Первая глава посвящена теоретическому анализу социального капитала, его форм, концепций и закономерностей формирования. Во второй главе рассматриваются теоретические основы корпоративной культуры, ее структура, функции и влияние на доверие и социальные связи в организации. Третья глава представляет практическое исследование влияния корпоративной культуры на формирование социального капитала в SMM-агентстве BIF.BY. Объем работы составляет 52 страницы и включает 3 приложения и 31 использованных источников.

Ключевые слова: социальный капитал, корпоративная культура, доверие, социальные связи, организационная культура, типы корпоративной культуры, коммуникация.

Объектом исследования дипломной работы выступает социальный капитал организации.

Предметом исследования являются закономерности и механизмы влияния корпоративной культуры на формирование и развитие социального капитала в организации.

Цель работы – выявить механизмы влияния корпоративной культуры на развитие социального капитала в организации.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализ, синтез, индукция, дедукция, сравнение, классификация. В целях изучения влияния корпоративной культуры на формирование социального капитала в SMM-агентстве BIF.BY использовались методы эмпирических исследований: анкетирование, интервью, социометрический опрос.

Основные результаты исследования:

- выделены ключевые формы и концепции социального капитала, определены его функции и закономерности формирования;
- определены понятие, структура и типы корпоративной культуры, а также ее влияние на доверие и социальные связи в организации;
- описаны механизмы трансформации корпоративной культуры;
- на основе эмпирического исследования выявлены особенности корпоративной культуры в SMM-агентства BIF.BY и ее воздействие на социальный капитал.

Новизна работы заключается в комплексном анализе взаимосвязи корпоративной культуры и социального капитала на примере современной digital-компании. Полученные результаты могут быть использованы в

управленческой практике для повышения эффективности командного взаимодействия и организационного развития.

Практическая значимость: Материалы исследования могут применяться в HR-менеджменте, корпоративном обучении и разработке программ развития организационной культуры. Результаты также представляют ценность для дальнейших исследований в области социологии управления и организационной психологии.