**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Новожиловой Екатерины Сергеевны**

**«НАЦИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

**БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ)»**

**Н. рук. – Шаркова Екатерина Андреевна, канд. полит. наук**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Очная форма обучения**

**Актуальность**. В данной работе речь пойдет о национальных особенностях южно-корейских компаний, филиалы которых функционируют по всей России. В частности, в Санкт-Петербурге в 2010 году был открыт филиал корейской корпорации Hyundai Motor Company, которая обеспечивает 2000 рабочих мест российским гражданам. На данном предприятии работают и корейцы и русские, соответственно, изучение особенностей организационной культуры корейского менеджмента является весьма актуальным.

**Новизна** работы заключается в том, что проведена диагностика корпоративной культуры предприятия ООО «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус» в соответствии с концепциями Э. Шейна и Г. Хофстеде, также проанализированы PR-инструменты, использующиеся для формирования внутрикорпоративного климата, и даны рекомендации по его улучшению.

**Цель** исследовательской работы заключается в определении национальных особенностей, которые представлены на предприятии ООО «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус», и какие PR-механизмы используются для ее формирования и поддержания.

В **задачи** исследования входят изучение теоретической базы по теме корпоративной культуры; определение ее понятия, основных функций и составляющих элементов; рассмотрение методик диагностики корпоративной культуры Э. Шейна и Г. Хофстеде; установление каким образом национальная культура влияет на культуру организации; определение характеристики южно-корейской корпоративной культуры; проведение исследования санкт-петербургского филиала компании Hyundai Motor Company.

**Объектом исследования** является корпоративная культура предприятия ООО «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус». **Предметом** - национальные особенности корпоративной культуры предприятия и PR-механизмы ее формирования.

Для решения поставленных задач исследования использовались следующие **методы**:

* теоретическая часть: сравнительно-сопоставительный анализ.
* эмпирическая часть: экспертные интервью, контент-анализ корпоративного издания, анализ корпоративных документов, анализ информационных сообщений на официальном сайте компании Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус, метод кейс-стади.

**Теоретико-методическая** **база** представлена 77 источниками, в качестве **эмпирической базы** выступают экспертные интервью, годовые отчеты о деятельности компании, корпоративные издания и материалы официального сайта компании.

**Структурно** работа состоит из двух глав, в первой главе рассматриваются теоретические аспекты работы, приводится описание двух базовых концепций работы. Во второй главе автор выделяет основные национальные особенностей южно-корейской корпоративной культуры и проводит эмпирическое исследование предприятия ООО «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус».