**Аннотация магистерской диссертации**

**Гашук Дарьи Владимировны**

**«PR технологии управления внутрикорпоративными конфликтами»**

**Н. рук. – Быкова Е.В., доцент д.ф.н. доц. кафедры**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Ключевые слова: внутрикорпоративные конфликты, PR-технологии управлении организацией, внутрикорпоративные коммуникации, HR-брендинг, управление конфликтами**.

В аннотируемой магистерской диссертации «PR-технологии управления внутрикорпоративными конфликтами» оценивается эффективность внутрикорпоративных коммуникаций в управлении конфликтами в Санкт-Петербургской строительной компании «ЛенСпецСМУ» в условиях экономического кризиса.

**Актуальность работы** определяется тем, что в условиях экономического кризиса конфликтогенность внутрикорпоративных коммуникаций обостряется: люди становятся более подозрительными, боятся потерять работу, возможность выплачивать кредиты, получать медицинскую помощь по ДМС. В создавшейся ситуации необходимо, используя инструменты внутрикорпоративного PR, регулировать ситуацию внутри компании, способствовать оптимизации положительного имиджа базисного субъекта PR как ответственного работодателя в строительном бизнесе.

**Объектом** исследования является система внутрикорпоративных коммуникации строительной компании «ЛенСпецСМУ» в русле HR.

**Предметом** исследования являетcя оценка эффективности управления внутренними ресурсами организации (HR) при помощи PR- инструментария для управления конфликтами.

**Цель** **данного** **исследования** – доказать эффективность системы внутрикорпоративных коммуникаций как инструмента управления конфликтами организации в условиях кризиса: сокращения, замораживания вербовки и найма нового персонала.

Для достижения цели необходимо решить **задачи**:

1. Определить значение внутрикорпоративного PR в системе управления конфликтами в организации.
2. Провести коммуникационный аудит компании с помощью: экспертного опроса, глубинного интервью с руководителем, контент-анализа корпоративного издания, а также анкетного анонимного опроса сотрудников компании.
3. Проанализировать состоятельность HR-концепции как инструмента управления конфликтами в организации
4. Провести SWOT анализ составляющих корпоративной культуры на примере компании «ЛенСпецСМУ».
5. Выработать рекомендации по оптимизации внутрикорпоративных PR- технологий в системе управления конфликтами внутри организации.

**Эмпирической базой** для исследования послужили документы, представляющие систему внутрикорпоративных коммуникаций компании «ЛенСпецСМУ».

**Теоретическая основа исследования.** Теоретической базой диссертации являются труды отечественных и зарубежных теоретиков и практиков в различных обастях: развитие теории коммуникаций и связей с общественностью: С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум, Д. Грюниг, Л. Грюниг, Д. Маркони, Д. Паренти, Д. Ньюсом, Д. Терк, Д. Крукеберг, Ф. Джефкинс, Д. Ядин, Э. Грин, П. Манчини, О. Баскин, С. Аронофф, Ф. Буари, Д. Доти, Д. Уилкокс.

Современное видение репутации в рамках корпоративной культуры и социально ответственного бизнеса раскрывается в работах П. Дойля, Г.Даулинга, Бодуана Ж.-П., И. Олейника, В. Спивака, Г. Тульчинского, С. Литовченко, К. Джонсона, И.Абрамова, П. Кунде, К. Ваддингтона, Ю. Гусева, А. Горчевой, С. Катырина и др.

Среди трудов по связям с общественностью отечественных авторов вызывают интерес работы И. Алешиной, А. Игнатьева, Д. Бекетова, Ф. Сарокваша, Д. Гавры, И. Досковой, В. Евстафьева, А. Кичаева, С. Литвинова, А. Лукашева, А. Пониделко, Л. Минаевой, В. Моисеева, А. Серова, Г. Королько, М. Шишкиной, В. Ясонова и др.

Вопросы брендинга и интегрированных маркетинговых коммуникаций рассматриваются в работах: Ф. Котлера, Т. Гэда, А. Година, Н. Декодена, Э. Райса, Дж.Траута, М. Шеррингтона, Ф. Шаркова, Р. Манусова и др.

Коммуникационный подход к организации PR -служб раскрывается в работах Ю. Баженова, В. Горохова, Т. Гринберг, В. Комаровского, Т. Лебедевой, Г. Почепцова, А. Чумикова и др.

Конфликтологическая составляющая раскрыта в работах А. Анцупова и А. Шипилова, Н. Гришаниной, Е. Ивановой, Л. Козера, Т. Парсонса.

**В** **качестве** **методов** **исследования** были использованы:

* контент-анализ корпоративного издания «Эталон Times»;
* SWOT- анализ системы внутрикорпоративных ситуаций в компании;
* метод глубинного интервью руководителей компании;
* метод анализа экспертного комментария;
* анонимный опрос персонала;
* анализ документов компании «ЛенСпецСМУ».

**Структура** **работы**: магистерская диссертация общим объемом 150 страниц, ***состоит*** ***из*** введения, двух глав заключения, списка литературы (82 источников) и приложения.

**Глава 1** **«Коммуникативные** **технологии: их** **сущность** **и** **роль** **в** **управлении** **внутрикорпоративными** **конфликтами»** определяет место конфликтов в структуре организации и раскрывает возможность управления ими с помощью коммуникативных технологий: корпоративная культура и HR-брендинг. Корпоративная и организационная культуры неразрывно связаны и представляют синтез коммуникативных технологий, способных предотвратить конфликты, управлять ими в рамках институализированной структурной модели организации и успешно разрешать их.

**В Главе 2** **«Анализ** **коммуникативных** **технологий** **компании** **«ЛенСпецСМУ»: организационная** **культура** **и** **уровень** **развития** **HR-бренда** **как** **элементов** **управления** **конфликтами»** на примере действующей компании выявлено значение успешного применения коммуникативных технологий для создания эффективного управления персоналом, в которых организационные конфликты исключены.

Экспертное интервью статусных должностных лиц позволило выявить разницу в представлении корпоративных ценностей руководителей компании и персонала, несущих в себе конфликтогенный потенциал в стрессовой кризисной ситуации.

На основе выявленных корпоративных ценностей, актуализированных в миссии компании «ЛенСпецСМУ», был проведен SWOT-анализ корпоративной культуры компании, демонстрирующий точки потенциального конфликта. Анонимный анкетный опрос выявил реальные ценности персонала компании. Профильный анализ миссии компании и реальных ценностей выявил дифференциал заявляемых и разделяемых ценностей. Контент-анализ корпоративного издания «Эталон Times» выявил соответствие заявляемых компанией ценностей реальным ценностям персонала.

В результате проведенного исследования актуализированных конфликтов не выявлено, доказано соответствие заявленных ценностей действительным. Это подтверждает, что эффективное использование коммуникативных технологий внутри организации позволяет не только управлять конфликтами, но и избежать их.

Для оптимизации внутрикорпоративной культуры компании в диссертации предложен этический кодекс для компании «ЛенСпецСМУ», где декларируются корпоративные ценности компании. Этический кодекс рекомендован к внедрению.