



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ АКАДЕМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ
Кафедра «Маркетинга и социальных коммуникаций»

Дипломная работа

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ФОРМИРОВАНИИ КОРПОРАТИВНОЙ ПРИВЕРЖЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА

НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРОСВЕТКНИГА»

ВЫПОЛНИЛА:
студентка гр.....
К..... Яна Андреевна

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ:
канд. соц. наук, доцент
Пуринова Г. К.

АКТУАЛЬНОСТЬ

персонал - ценное конкурентное преимущество



средства паблик рилейшнз
формирование корпоративного имиджа
корпоративной культуры



приверженность



Эффективная работа
конкурентоспособность





Объект исследования:

ООО «Просветкнига» под брендом «Буквоед»

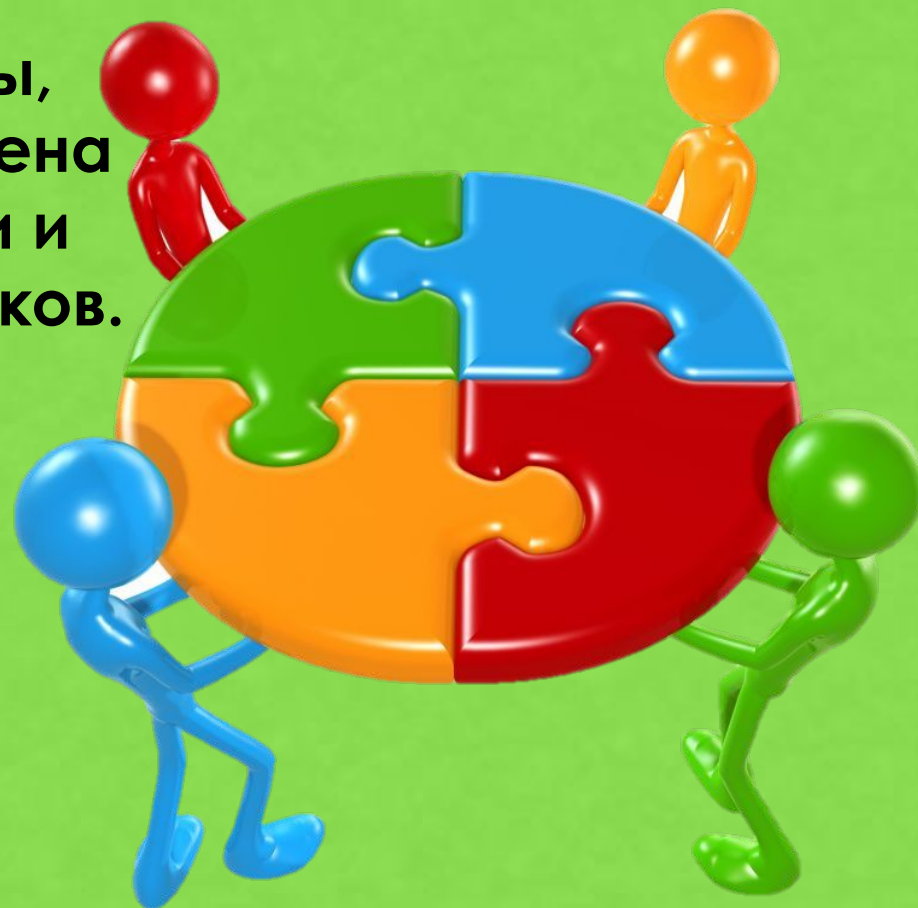
Предмет исследования:

Формирование приверженности сотрудников компании «Буквоед».

Цель дипломной работы: на основе анализа приверженности сотрудников компании «Буквоед» предложить рекомендации, направленные на ее развитие и совершенствование.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

– это культура организации, в которую заложены ее традиции, обычаи, нормы, миссия и которая направлена на повышение мотивации и приверженности сотрудников.



ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ

Корпоративная культура

Культура
Эффективного бизнеса

Профессиональная
культура

Конкурентная среда

Корпоративная
философия

Государственные
законы

Модные тенденции

Элементы
корпоративной
культуры

Декларация
миссии корпорации

Стиль руководства
и лидерства

Командный дух

Деловой этикет
общения

Мотивация и
стимулирование

Фирменный
стиль

Социальное
партнерство

Культура качества

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ

- **Идентификация.** Гордость за принадлежность к организации, рассмотрение ее целей и ценностей как своих собственных, идентификация с организацией.
- **Вовлеченность** в работу организации, стремление сделать больше, чем от тебя ожидают или требуют.
- **Лояльность** к организации - готовность всегда отстаивать ее интересы; эмоциональная привязанность к организации, желание оставаться ее членом.



ТРИ КОМПОНЕНТА ПРИВЕРЖЕННОСТИ

- **Аффективная приверженность:**

идентификация, вовлеченность, и эмоциональная привязанность к организации. В компании остаются потому, что хотят этого.

- **Текущая приверженность:**

осознание работниками затрат, связанных с уходом из организации. В компании остаются потому, что это выгодно.

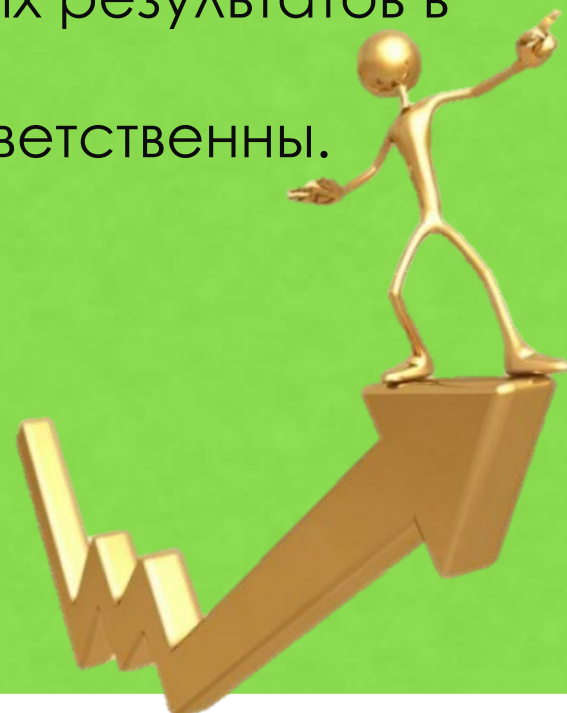
- **Нормативная приверженность:** осознание обязательств по отношению к организации.

В компании остаются потому, что испытывают чувство долга перед ней.



ПРИЧИНЫ НЕОБХОДИМОСТИ ПОДДЕРЖАНИЯ ПРИВЕРЖЕННОСТИ:

1. Приверженность сотрудников – основа репутации фирмы в глазах клиентов и персонала.
2. Приверженные сотрудники тщательно охраняют коммерческие секреты фирмы
3. Приверженные сотрудники используют все резервы и ресурсы для достижения максимальных результатов в работе.
4. Приверженные сотрудники более ответственны.
5. Приверженные сотрудники остаются верны фирме в кризисные для нее моменты.
6. Приверженные сотрудники способны быстрее адаптироваться к меняющимся условиям.



КОРПОРАТИВНЫЙ PR

– это система выработанных организаций инструментов, способных развивать и поддерживать существующую корпоративную культуру организации, а также внутренние коммуникации.



СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО PR

Налаживание
внутрикорпоративных
связей

Формирование
единых стандартов
поведения

Построение системы
информирования
сотрудников

Формирование полож-
ного имиджа компании
работодателя

Повышение приверженности и
как следствия эффективности
каждого сотрудника

PR-ИНСТРУМЕНТЫ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИВЕРЖЕННОСТИ

- **имиджевые мероприятия** – миссия, корпоративный кодекс организации, корпоративная символика;
- **коммуникативные мероприятия** – личные встречи с руководителями, объявления на общем собрании, передачи корпоративного радио, доски объявлений, выпуск корпоративных газет, использование возможностей внутренней интернет-сети, работа внутреннего сайта компании;
- **объединяющие мероприятия** – корпоративные праздники, соревнования, традиции и т.д.



КНИЖНАЯ СЕТЬ

БУКВОЕД

ВСЕГДА РЯДОМ

- Миссия компании «Буквоед» - культурное развитие общества и удовлетворение его информационных, интеллектуальных и эмоциональных запросов.



Парк культуры и чтения «Буквоед», Невский пр., 46.



СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ



- Образовательные проекты для социальных групп населения.
- Пополнение библиотечных фондов детских домов-интернатов на территории Северо-Западного региона.
- Помощь детям с онкологическими заболеваниями, находящимся на лечении в больницах города Санкт-Петербурга.
- Поддержка ветеранов ВОВ, проживающих на территории Северо-Западного региона.



Буквоед собирает ребят



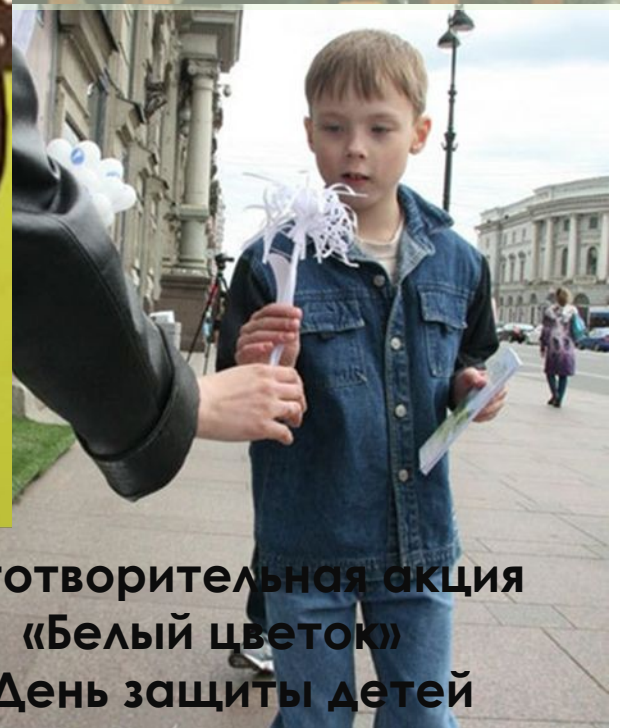
**Годовщина дня Снятия
Блокады Ленинграда.**



**...ил свою электронную
...там из детдома**



**Форма сотрудников магазина в праздник
День Победы**



**Благотворительная акция
«Белый цветок»
в День защиты детей**

ИНСТРУМЕНТЫ PR В КАДРОВОЙ ПОЛИТИКЕ «БУКВОЕДА»



1. Организационные.

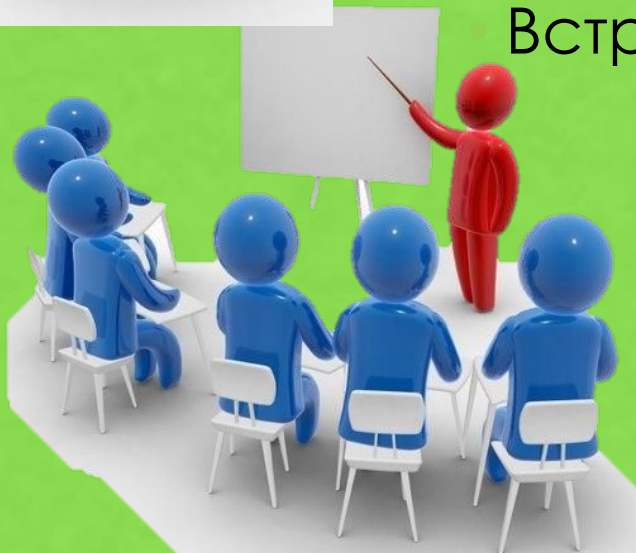
Планы обучения, программы для сотрудников.

2. Аналитические.

Корпоративный сайт.

3. Коммуникационные.

Встречи с руководством, планерки.



ОТСТРОЙКА ОТ КОНКУРЕНТОВ

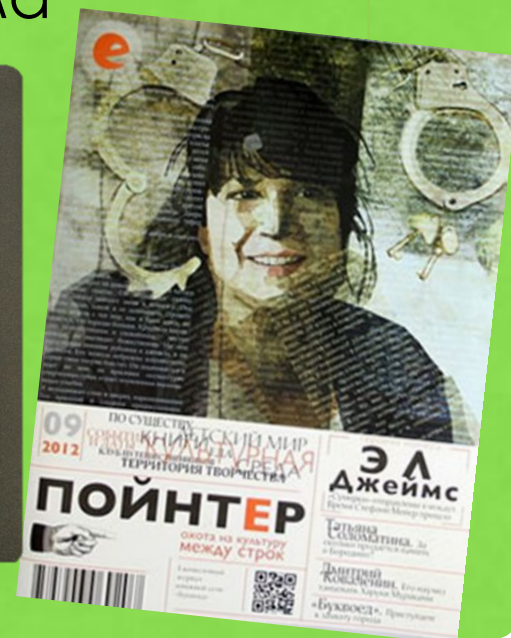
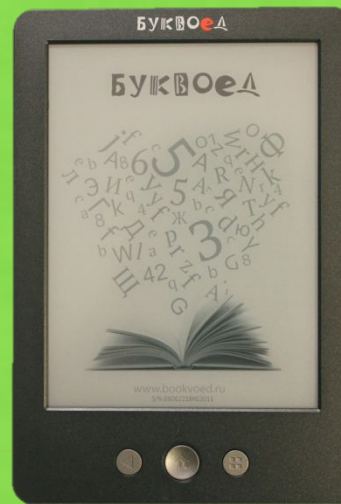
Конкуренты

Книжные сети «Буква» и «Снарк»

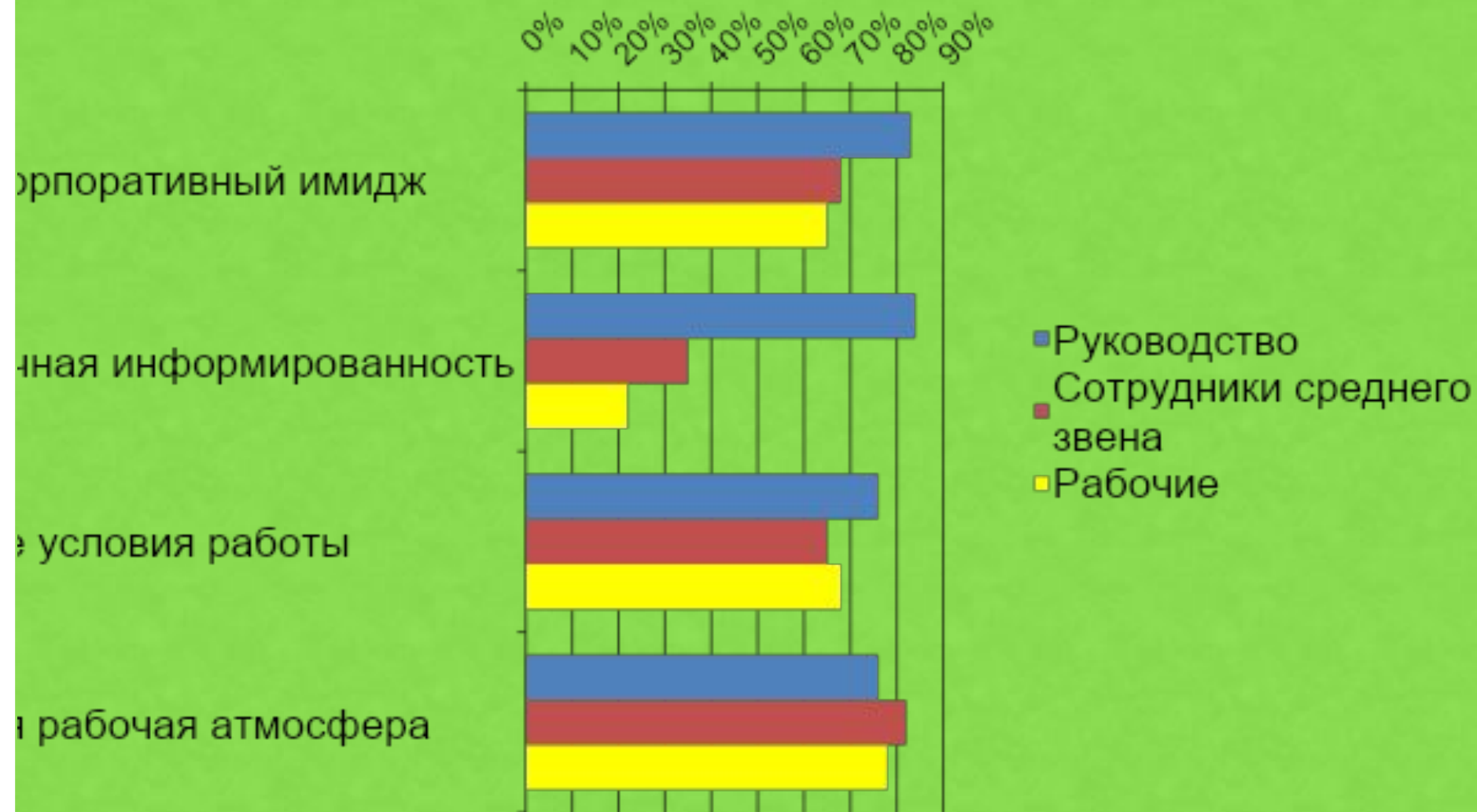


Преимущества «Буквоеда»

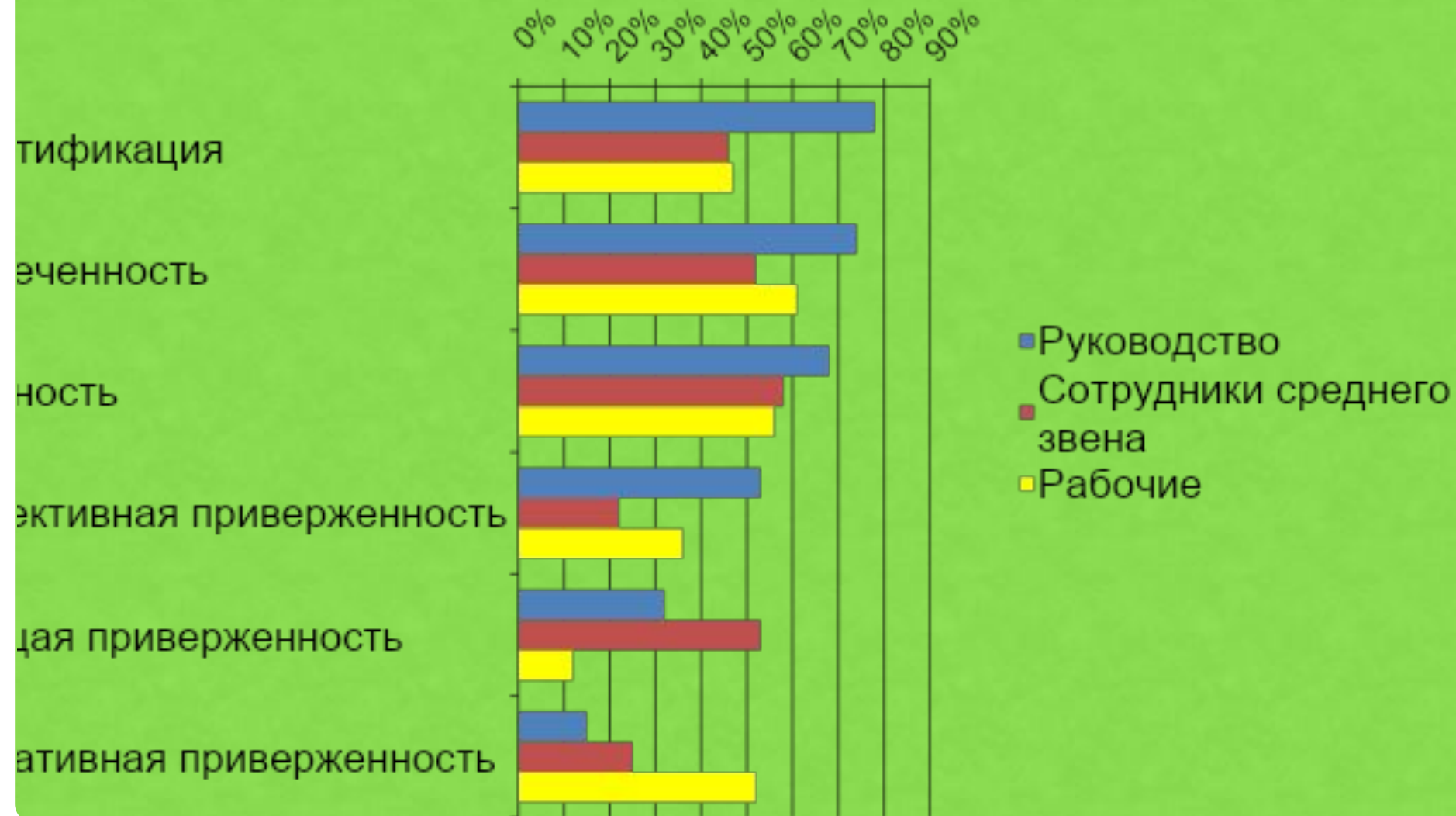
- культурно-просветительская программа
- радио «Буквоед»
- поисковая база данных
- электронную книгу i-ВЕДЪ
- журнал «Пойнтер»



ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ

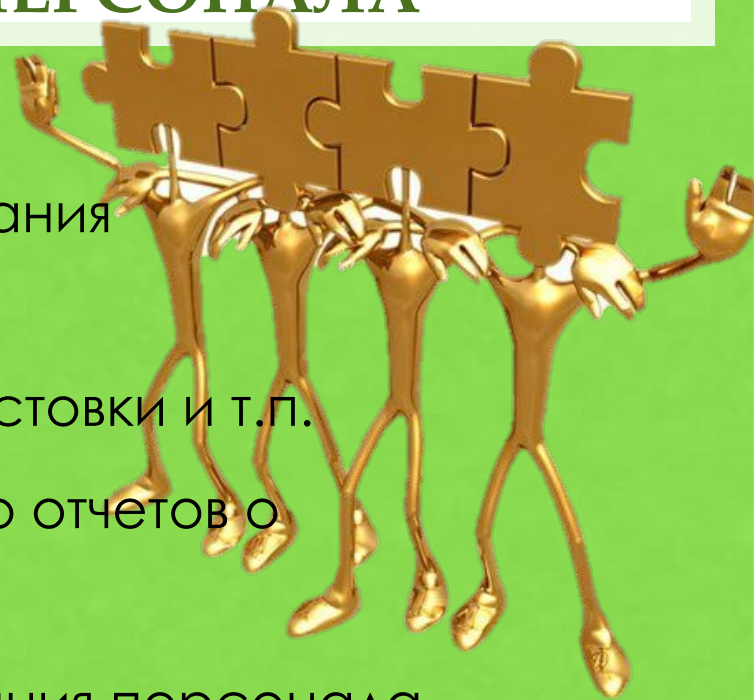


ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ ПРИВЕРЖЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА

- Создание PR отдела для формирования внутрикорпоративного имиджа
- Создание корпоративной газеты, листовки и т.п.
- Трансляция в магазинах видео, фото отчетов о событиях происходящих в компании
- Создание стандарта информирования персонала
- Разработка и внедрение регламентов, норм, процедур
- Сделать персонал конкурентным преимуществом



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

