

## АННОТАЦИЯ

**Выпускная квалификационная работа на тему:**

«Роль пресс-службы в организации  
(на примере ООО «Крона»)»

**Автор:** Дигилова К.К.

**Научный руководитель:**

Волочаева Оксана Федоровна

Стр. 68, прил. 3, библиограф. назв. 75

Ключевые слова: связи с общественностью, PR-агентства, пресс-служба, коммерческая организация.

**Актуальность темы исследования** обусловлена глобализацией информационного пространства, в котором владение информацией приобретает экономическое и политическое значение. В системе связей с общественностью (публик рилейшнз, PR), выступающих в качестве института социальной коммуникации, ключевое место занимают пресс-службы. В отличие от зарубежной практики, где преобладающей организационной формой являются PR-агентства и консалтинговые фирмы, в российской действительности наибольшее распространение получили именно пресс-службы, за короткое время прошедшие путь от первых форм их организации в высших эшелонах власти до массового распространения, практически, во всех сферах жизни общества.

**Объектом исследования** является пресс-служба в системе связей с общественностью.

**Предмет исследования** – пресс-служба в коммерческой организации. Объект исследования.

**Теоретическая и практическая значимость** исследования заключается в том, что теоретические выводы и практические рекомендации данного исследования могут иметь достаточно широкий спектр применения. Выводы выпускной квалификационной работы создают теоретическую базу для дальнейшего изучения роли пресс-службы в организациях различного уровня. Материалы и выводы работы могут быть использованы в вузах при преподавании таких дисциплин, как «Public relations», «Теория и практика журналистики».

**Результаты исследования.** В настоящем исследовании нами было выявлено, что первостепенные ветви деятельности пресс-службы в общей структуре компании ООО «Крона», превращают эту компанию в неотъемлемую ключевую структуру, имеющую значимость в современной экономике республики Кабардино-Балкария.

Пресс-служба в ООО «Крона» нацелена на формирование общественного мнения, обеспечение стратегии перехода к ведению социально ответственного бизнеса в условиях взаимозависимого взаимодействия между элементами социальной системы, информационно-коммуникационной политики. Особый акцент делается на выстраивание и поддержку благоприятных отношений с общественностью, СМИ, клиентами, партнерами, позиционирование экономической и социальной миссии предприятия не только в повседневной деятельности, но и в кризисных ситуациях.

На основе проведенного нами анализа, мы утверждаем, что в условиях глобализации информационного пространства, пресс-служба выступает как институт социальной коммуникации в организации.

Следует отметить, что в системе связей с общественностью пресс-служба обладает высокой степенью значимости. Оптимизируя процесс разработки и передачи общественного мнения, а также принятия и реализации решений, пресс-служба тем самым выступает не только в качестве успешного механизма формирования общественного мнения, но и в качестве передатчика этого мнения, доведения его до сведения. В современном обществе пресс-служба выполняет не только функцию управления, но является полноценным участником в решении политических конфликтов и реализации интересов различных субъектов, оказывая при этом значимое влияние на развивающиеся события.