

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра рекламы и связей с общественностью

КУРСОВАЯ РАБОТА

**«Инtranет как внутренняя коммуникативная среда организации
(на примере компании «Базэл Аэро»)»**

Работу выполнила _____ **А.Д. Володина**
Факультет журналистики курс 2 ЗФО
Специальность/направление Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель
Доцент, кандидат филологических наук _____ **И. О. Никулин**

Нормоконтролер
Доцент, кандидат филологических наук _____ **И. О. Никулин**

Краснодар
2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Специфика Интранета как внутренней коммуникативной среды организации	6
1.1 Понятие Интранета и его функции в организации	6
1.2 Внутренняя коммуникативная среда организации: понятие и специфика	13
2 Специфика функционирования Интранет-портала организации	19
2.1 Общий анализ работы Интранет-портала на примере компании «Базэл Аэро»	19
2.2 Особенности функционирования Интранет-портала в разрезе функционала пресс-службы компании «Базэл Аэро»	23
Заключение	26
Список использованных источников	28

ВВЕДЕНИЕ

Тема курсовой работы – «Инtranет как внутренняя коммуникативная среда организации на примере компании «Базэл Аэро»». В настоящее время наблюдается высокий рост корпоративных сетей, что объясняется их преимуществами, которые основаны на совместном использовании информации несколькими пользователями, быстром доступе к необходимым данным, внутриорганизационном сотрудничестве, и оптимизации производственных процессов. Сегодня каждая крупная организация использует внутренний портал с целью технических, организационных, а также коммуникативных взаимодействий между сотрудниками подразделений. Такой спектр возможности корпоративной сети, а также её широкое распространение делает выбранную тему исследований – *актуальной* и требует углубленного изучения её специфики и практического применения. Актуальность, теоретическая и практическая значимость изучаемой проблемы обусловили выбор темы исследования.

Новизна данного исследования состоит в том, что в существующих научных работах на выбранную тему проводились исследования сети Инtranет, которые раскрывали технические характеристики и механизм функционирования изучаемой сети. Однако в данной курсовой работе будет рассмотрено как теоретическое понятие Инtranет, так и практическая часть выбранной темы. Стоит отметить, что практическая часть работы выполнена на примере конкретной компании, что помогает выполнить исследование более детально, оперируя реальной, практической информацией.

Степень разработанности данной темы состоит в том, что в значительной части существующих исследований авторы (как отечественные, так и зарубежные) охватывают данную тему в общем, не изучая Инtranет как внутреннюю коммуникативную среду организации на примере конкретных компаний. Благодаря наличию практической информации об изучаемом аспекте корпоративной сети повышается

эффективность настоящего исследования.

Цель курсовой работы – изучение Интранета как внутренней коммуникативной среды организации на примере конкретной компании.

В соответствии с намеченной целью в курсовой работе решались следующие *задачи*:

- Определить понятие и функции корпоративной сети Интранет;
- Определить понятие и специфику внутренней коммуникативной среды организации;
- Изучить работу Интранет-портала на примере компании «Базэл Аэро» в целом;
- Изучить работу Интранет-портала компании «Базэл Аэро» в разрезе функционала пресс-службы.

Объектом исследования является внутренняя коммуникативная среда организации, а *предметом* исследования – Интранет как внутренняя коммуникативная среда организации (на примере компании «Базэл Аэро»)

Решение задач исследования осуществлялось с применением следующих *методов*: анализ и синтез, индукция и дедукция, изучение и обобщение, сравнение.

Замысел исследования, его цель и задачи определили *структуру и содержание курсовой работы*, которая состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

В первой главе рассмотрена специфика Интранета как внутренней коммуникативной среды организации, где изучается понятие Интранета и его сущность, а также понятие и специфика внутренней коммуникативной среды организации.

Вторая глава посвящена практическому изучению функционирования Интранета на примере конкретной организации – компании «Базэл Аэро». В главе проанализирована работа Интранет-портала компании в целом, а также работа Интранет-портала в разрезе функционала пресс-службы компании.

Данная работа базируется на теоретических исследованиях отечественных и зарубежных авторов, а также материалах периодических

изданий и статьях.

Проведенное исследование представляет *теоретическую значимость* для студентов, изучающих деятельность специалистов по связям с общественностью, менеджмент, и психологию. Кроме того, исследование представляет *практическую значимость* для использования полученной информации с целью оптимизации дальнейшей работы сети Интранет сотрудников компании «Базэл Аэро» и других крупных организаций.

1 Специфика Интранета как внутренней коммуникативной среды организации

1.1 Понятие Интранета и его функции в организации

С целью детального рассмотрения выбранной темы, прежде всего, необходимо дать определение понятию Интранет – это частная внутрифирменная или межфирменная, то есть корпоративная, компьютерная сеть, которая обладает расширенными возможностями благодаря использованию в ней технологий Интернет. Это система, которая имеет доступ в сеть Интернет, но защищенная от доступа к своим ресурсам со стороны внешних пользователей [4]. Иными словами, Интранет – это частная Web-система, которая локализована в пределах одной организации.

Впервые термин Интранет стал использоваться в 1992 году в университетах и корпорациях, работающих в технической сфере. Этот термин был предложен для корпоративных информационных систем, построенных на принципах, заимствованных из сети Интернет [6].

Сегодня можно создать систему групповой работы, собственную систему документооборота, службу поддержки клиентов и партнеров, управления персоналом, на расстоянии решить практически любую коммуникационную задачу. Технология Интранет предоставила компаниям (преимущественно средним и крупным, для небольших фирм это попросту не нужно) эффективные возможности решения поставленных корпоративных задач, решила проблему вынужденного объединения корпоративных сетей и открытого Интернета, а также дала возможности коммерческого использования Интернета для маркетинга, торговли, интеграции и поиска информации.

Основным инструментом работы почти каждого предприятия является компьютер, большая часть необходимой для производственного процесса информации находится в нем. Однако необходимая информация находится в совершенно разрозненном состоянии: в папках с общим доступом, отдельных базах данных и серверах. Отсутствие консолидации этой информации заставляет затрачивать время на поиски необходимой информации, кроме того сотрудники начинают терять представление о том, чем занимаются их

коллеги из смежных подразделений. В таком случае руководству становится трудно оценить успешность деятельности подразделений и отдельных сотрудников, координировать распределение ресурсов компании, контролировать соблюдение стандартов качества. Сеть Интранет является общим рабочим пространством, где можно работать вместе над общими объектами. Кроме того, в таком месте могут располагаться общие хранилища знаний и инструментов [9].

Интранет использует те же программные продукты, протоколы и стандарты, что и Интернет. Основное различие между ними состоит в том, что информация, циркулирующая в сети Интранет, не предназначена для публичного использования. Однако из Интернета наследуется простота объединения в общую инфраструктуру разнородных технических средств и операционных систем. Интранет также можно противопоставить Экстранету, где доступ могут получить клиенты, поставщики, или другие утвержденные руководством лица, в то время как доступ к Интранету предоставлен только сотрудникам организации. Интранет предполагает многоцелевое применение. Это система хранения, обработки и передачи межфирменной и внутрифирменной информации с применением средств локальных сетей и сети Интернет. Сотрудник организации с достаточными полномочиями может извлекать из Интранета последние данные разнообразной тематики, а также взаимодействовать с другими сотрудниками компании. Поскольку технология Интранета значительно облегчает организацию совместной работы с электронной информацией, ее использование является толчком к развитию всех процессов автоматизации в компании, что, в свою очередь, ускоряет внедрение самого Интранета. Так, отдельные подразделения могут создавать собственные подсистемы, никак не связывая их с другими подразделениями. В случае необходимости они могут подключаться к единой системе предприятия [12]. Стоит отметить, что тем сотрудникам, которые по роду своей деятельности не имеют возможности постоянно находиться перед компьютером, создается доступ при помощи таких средств

связи, как War-телефоны и устройства PDA (персональный цифровой помощник).

Рассматривая преимущества портала Интранет, как коммуникативной среды организации стоит отметить, что это подходящая площадка для размещения новостей и материалов интересных всем подразделениям компании.

Специалисты немецкого Института исследования рынков «Orus» после опроса 150 топ-менеджеров пришли к выводу, что в большинстве стран мира Интранет признан лучшим методом внутрикорпоративных коммуникаций. Основным средством коммуникации с сотрудниками станет Интранет (внутрикорпоративная сеть) - именно такого мнения придерживаются более 30% опрошенных. Кроме того, еще 40% респондентов полагают, что предложение уникальных услуг для сотрудников сохранит их приверженность компании и предотвратит уход к другим участникам рынка. В то же время лишь 50% респондентов довольны текущим состоянием дел в этой области в своих компаниях [8].

Кроме того, Интранет несет определенные функции в организации. Перечислим основные из них:

- Коммуникация: взаимодействие всех подразделений организации;
- Каталогизация: управление размещением информации и доступом к ней пользователей;
- Поиск: извлечение нужных сведений по запросу сотрудников;
- Оптимизация: быстрый анализ деловых процессов, возможностей и целей;
- Управление сетью: техническое обслуживание и модернизация системы Интранет.

Основными из преимуществ использования Интранета являются:

- Высокая производительность при совместной работе над общими проектами;
- Легкий доступ персонала к необходимым для работы данным, путем мгновенной публикации данных в сети Интранет;

– Гибкий уровень взаимодействия между структурными подразделениями одной или нескольких фирм;

– Позволяет использовать гибкость и универсальность современных информационных технологий для управления корпоративными работами [13].

Наибольший интерес, с точки зрения развития интранет-систем, представляет такая область, как менеджмент знаний. Внутренний и внешний web-серверы компании фактически представляют собой базу корпоративных знаний и становятся мощным толчком к новым управленческим решениям. Часто внедрение Интранет-технологии в компании дает начало для переосмысления корпоративной стратегии. В компаниях, внедривших Интранет, корпоративный интеллектуальный капитал становится наиболее значимым активом. При этом интранет-технология позволяет концентрировать коллективный опыт в корпоративной базе знаний, что, с одной стороны, значительно снижает зависимость компании от отдельных своих сотрудников, а с другой – придает интеллектуальному капиталу отчетливые формы [25].

Существует три вида сети Интранет.

1. Небольшие сети Интранет. Такой вид Интранета в большинстве случаев оказывается явлением, вытекающим из других проектов. Как правило, отдельный сотрудник или подразделение испытывают необходимость в распространении информации в пределах организации и разрабатывают собственную систему. Системы такого рода создаются на базе уже имеющегося программного обеспечения. Такой вид сети Интранет не требует мощных вычислительных ресурсов, поэтому подходит до тех пор, пока трафик не станет интенсивным.

2. Сети интранет среднего класса. В том случае, когда трафик становится очень интенсивным, требуется создание более сложной сети Интранет. Одно из отличий сети среднего класса от сети младшего – это использование выделенного сервера Web. Благодаря применению выделенного сервера Интранет становится значительно более доступной.

Системы такого типа обеспечивают дополнительные преимущества за счет стабильности электрического питания, регулярного создания резервных копий и мониторинга системы.

3. Сети интранет старшего класса. Эта модель подходит для работы в крупных организациях. В конфигурации такого типа выделенный сервер Web, работающий на максимально возможной скорости, способен поддерживать Интранет доступной круглосуточно. Этот сервер должен быть аналогичен другим, уже действующим в сети компании. Системы такого типа могут одновременно обслуживать большое количество пользователей. Сеть Интранет старшего класса обычно имеет канал доступа в Интернет, а также содержит выделенный почтовый сервер. Кроме того, есть еще одно преимущество сети Интранет старшего класса – это удаленный доступ [13].

Привычная компьютерная сеть обеспечивает аналогичные функции, однако они реализуются через различные пользовательские интерфейсы. В сети Интранет все эти функции формируются на основе единых стандартов технологий Интернета. Интранет позволяет эффективно использовать необходимую для рабочего процесса информацию, то есть помогает в поиске и получении актуальной информации, после чего каждый сотрудник персонально для своей области обрабатывает и разделяет полученную информацию [23]. С точки зрения коммуникативных процессов организации Интранет это возможность быстрой демонстрации достижений, новостная лента, платформа для публикаций корпоративных изданий, площадка для проведения опросов, конкурсов, а также справочник внутренних телефонов и многое другое. В рамках управления корпоративным порталом стоит отметить, что важно обеспечить организационную часть процесса, то есть закрепление обязанностей ведения портала за определенными сотрудниками с целью внедрения Интранета в жизнь организации. Это могут быть те люди, которые ориентируются в содержании деятельности организации [14].

С помощью Интранета чаще всего решают следующие задачи:

- возможность генерации подразделениями компании собственных новостей, которые могут быть опубликованы как для общего доступа

(новости корпоративного масштаба), так и для доступа только внутри подразделений/группы сотрудников (внутренние инструкции и т.п.);

- создание системы рассылки новостей, приказов и распоряжений, как отдельным сотрудникам, так и различным группам, и отделам;

- создание единого хранилища документов компании (например, приказов по фирме, описаний, презентаций продукции и т.п.) с возможностью поиска и логической рубрикацией (организация баз знаний);

- обеспечение сотрудников информацией о событиях, происходящих в компании;

- проведение опросов, рейтинговых голосований среди сотрудников компании, формирование архива опросов;

- обеспечение работы сотрудников с электронными каталогами продукции, ведение клиентских баз, совместная работа над проектами сотрудников различных подразделений компании;

- возможность обсуждения сотрудниками различных новостей, событий, документов;

- объединение региональных представительств компании в единую Интра-сеть, организация доступа региональных представительств к информации Центра;

- интеграция различных прикладных систем (например, 1С) в единую корпоративную информационную систему [7].

Для определения правила доступа к информации, имеющейся на внутреннем портале, а также разграничение доступа к ней между сотрудниками определяются роли доступа. Для работы с ролями необходимо иметь возможность идентификации пользователей, чтобы определять их принадлежность к определенным ролям [24].

Внутренние порталы, работающие в компаниях многофункциональны и разнообразны. От странички сайта, на которой выкладываются новости компании и файлы до платформы, интегрирующей корпоративные данные и приложения. Для успешности работы внутреннего портала необходимо:

- проинформировать сотрудников организации об Интранете и рассказать, как и какие задачи он призван решать следующие задачи;
- провести курс обучений по работе с порталом среди сотрудников;
- по возможности систематизировать веб-портал в единственный источник корпоративной информации в организации;
- регулярно наполнять Интранет интересным, актуальным и полезным контентом;
- назначить ответственного за портал или определенный его раздел за сотрудником [13].

Стоит отметить, что с использованием Интранета в организации снимается масса вопросов с конфликтами между горизонтальными звеньями структуры, даже когда взаимодействуют конфликтующие менеджеры. Интранет позволяет сотрудникам компании устанавливать друг с другом прямые связи от первого лица, что делает их общение менее зависимым от множества посредников. Это снижает психологические барьеры общения, развивает доверительные деловые отношения как внутри компании, так и за ее пределами, например, с клиентами или партнерами. Интенсивное общение сотрудников повышает сплоченность и формирует чувство команды. Создаются условия формирования благоприятной психологической атмосферы в коллективе, что является ключевым фактором стабильности кадрового состава компании [8].

Таким образом, Интранет можно рассматривать как наиболее эффективную среду для реализации корпоративных интересов и коммуникативных процессов.

1.2 Внутренняя коммуникативная среда организации: понятие и специфика

Внутренняя среда организации включает в себе потенциал самой организации к функционированию и развитию в определенный промежуток времени. Внутренняя среда организации – это хозяйственный организм, включающий управленческий механизм, направленный на оптимизацию

научно-технической и производственно-сбытовой деятельности; определяет тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация; оказывает постоянное и самое непосредственное воздействие на функционирование организации [1].

Специфика внутренней среды организации представляет собой сочетание следующих составляющих:

- цели и задачи организации;
- структура организации;
- внутриорганизационные процессы;
- технология;
- кадры;
- организационная культура (коммуникации) [22].

Рассмотрим эти составляющие более подробно:

1. Цели и задачи организации. Они зависят от направления деятельности организации. Это может быть реализация товаров и получение прибыли или производство товаров и повышение производительности труда, а также подготовка специалистов разных специальностей и так далее. От целей организации зависит ее структура.
2. Структура организации. Это объединение подразделений организации в единое целое, путем отражения связи между этими подразделениями. Это внутренняя переменная показывает взаимодействие уровней управления и функциональных областей организации.
3. Внутриорганизационные процессы. Это процессы, формируемые и направляемые менеджментом, включают в себя четыре основных процесса: управление, координацию, принятие решений и коммуникации. Во внутриорганизационной жизни управление играет роль координирующего начала, формирующего и приводящего в движение ресурсы организации для достижения ею своих целей. Уровни управления связаны с разделением труда в организации.
4. Технология. Под технологией подразумевается процесс изготовления продукции, а также совокупность способов, методов и приемов

преобразования исходного материала в полезную вещь, услугу, информацию. Управление должно решать вопросы технологий и осуществления их наиболее эффективного использования.

5. Кадры. Кадровый потенциал является основой любой организации. Именно люди создают продукт организации, формируют ее культуру и внутренний климат, осуществляют коммуникации и управление. Менеджмент формирует кадры, устанавливает систему взаимоотношений между ними, способствует их обучению и продвижению по работе.

6. Организационная культура. Она является всеобъемлющей составляющей организации, оказывает сильное влияние на ее внутреннюю жизнь и ее положение во внешней среде. Организационная культура складывается из устойчивых норм, представлений, принципов организации. Носителями организационной культуры являются люди, но вырабатывается она и формируется в значительной мере менеджментом и, в частности, высшим руководством [5].

Используя анализ внутренней среды организации можно оценить: обладает ли организация внутренними силами, то есть сильными сторонами, и какие внутренние слабости, то есть слабые стороны, могут осложнить будущие проблемы, связанные с внешними опасностями. Анализ основан на управленческом обследовании маркетинга, финансов, производства, персонала, организационной культуры и имиджа организации [19].

Комплексной процедурой анализа как внутренней, так и внешней среды организации является SWOT – анализ (Strengths – силы, Weaknesses – слабости, Opportunities – возможности, Threats – угрозы). Технология проведения SWOT-анализа предполагает составление сводной аналитической матрицы, где устанавливаются цепочки связей между сильными и слабыми сторонами организации и возможностями и угрозами внешней среды [10].

Внутренняя среда предприятия может иметь несколько срезов, каждый из которых включает в себя набор ключевых процессов и элементов организации. Их состояние в совокупности определяет тот потенциал и те

возможности, которыми располагает организация в настоящий период времени [11].

Назовем основные срезы внутренней среды организации:

1. Кадровый срез внутренней среды охватывает взаимодействие менеджеров и рабочих, обучение и продвижение кадров, оценка результатов труда, создание и поддержка отношений между работниками.
2. Организационный срез включает в себя коммуникационные процессы, организационные структуры, распределение прав и ответственности.
3. В производственный срез входят изготовление продукта, снабжение и ведение складского хозяйства, осуществление исследований и разработок.
4. Маркетинговый срез внутренней среды организации охватывает все те процессы, которые связаны с реализацией продукции [2].

Важная часть как внутренней, так и внешней среды организации – инфраструктура, то есть комплекс элементов и связей, обеспечивающих условия жизнедеятельности коллектива организации и обслуживающих основные процессы производства и управления. К инфраструктуре относят коммуникации и организационную культуру, в составе которых огромная роль отводится людям, их знаниям, способностям к взаимодействию [12].

Основополагающим элементов в процессе коммуникации является процесс обмена информацией между людьми. Коммуникации как связующее звено в информационных процессах управления являются необходимым условием управления. Следует отметить, что очень важна роль человека в коммуникационных процессах организации. Качество коммуникативных процессов во многом зависит от организационной культуры организации [15].

Внутренняя коммуникативная среда – это среда коммуникаций, то есть взаимодействие между кадрами, структурными подразделениями и управленцами внутри организации. Эти коммуникации могут быть устными или письменными, непосредственными или виртуальными, личными или групповыми. Хорошая внутренняя коммуникация позволяет установить ролевые взаимодействия и распределить ответственность работников.

Коммуникативную среду можно определить, как среду обмена информацией. В структуре организации требование двусторонней коммуникации означает способность менеджмента прислушиваться к работникам, и верно интерпретировать передаваемые им сообщения. Это позволяет определить сильные и слабые стороны производственного процесса, и соответственно корректировать управленческие решения. Процесс внутренней коммуникации должен постоянно поддерживаться и изменяться в соответствии с развитием компании [1].

Говоря о внутренней коммуникации, стоит отметить организационные коммуникации – то есть процесс, предоставляющий руководителю развитую систему доступа к информации и передачи её большому количеству людей внутри организации. Они служат необходимым инструментом в координации деятельности по всей вертикали и горизонтали управления, позволяют получать необходимую информацию. Организации без коммуникации не существует. В отсутствии коммуникации сотрудники не имеют информации о том, что делают коллеги, менеджмент не получает важные данные, отражающие текущее положение дел, а руководитель не в состоянии отдавать соответствующие указания. Следовательно, невозможными оказываются координация различных видов деятельности и сотрудничества работников. На практике коммуникации являются основным необходимым условием достижения организацией основных стратегических целей [18].

Для эффективной организации труда, для управления совместной деятельностью имеет большое значение все связанное с приемом, переработкой и передачей информации. Многое зависит от организации, построения коммуникативной структуры, коммуникативной связи. Руководителю для достижения определенной цели, требуется возможность эффективного обмена информацией, то есть коммуникации. В повседневной деятельности руководитель должен использовать информацию от различных доступных источников. Оперативная деятельность руководителя отличается от его деятельности по принятию решений, эти два вида деятельности взаимосвязаны и зависят от информации, обрабатываемой внутри

организации. Процессы коммуникации позволяют руководителям принимать решения по выбору наиболее лучшего направления для достижения поставленных целей и эффективно выполнять свою работу [17].

Для формирования внутренней среды организации необходимо совершенствовать как каналы передачи информации, так и коммуникативную структуру, под которой понимается совокупность каналов, с помощью которых осуществляется взаимодействие. Она может быть глобальной и охватывать организацию в целом или локальной, если относится только к одной её части. Осуществление взаимодействия только через одно какое-либо центральное звено означает, что коммуникационная структура является централизованной, а само звено выступает в качестве основного источника коммуникаций, имеющих форму вертикальных связей. Наличие в коммуникационной структуре параллельных или пересекающихся каналов свидетельствует о её сложности, дающей гарантию того, что желаемое взаимодействие состоится в условиях тех или иных сбоев или неполадок в ней [21].

Во внутренних коммуникациях важны суть, каналы и даже форма информации. Основными каналами коммуникации являются:

- регулярные собрания;
- внутренняя email-рассылка;
- доски объявлений;
- корпоративная пресса и неперiodические печатные материалы;
- внутренний веб-сайт (Инtranет) [3].

Таким образом, одной из внутренних коммуникативных сред организации является сеть Инtranет, поскольку было выявлено, что в деятельности современной организации именно сеть Инtranет обеспечивает большое количество коммуникативных процессов.

2 Специфика функционирования Интранет-портала организации

2.1 Общий анализ работы Интранет-портала на примере компании «Базэл Аэро»

Компаний «Базэл Аэро» основана в 2007 году. В настоящее время в компанию входят аэропорты в Краснодаре, Сочи и Анапе. В 2017 году пассажиропоток в аэропортах «Базэл Аэро» составил более 10,8 млн. человек (на 9% больше, чем за аналогичный период 2016 года). Аэропорты обслуживают почти 9% общего пассажиропотока и около 3,5% общего грузопотока России.

Стратегия развития «Базэл Аэро» включает в себя повышение операционной эффективности активов и расширение бизнеса.

Миссия компании «Базэл Аэро»:

Мы развиваем авиационную инфраструктуру России, внедряя инновационные решения и стандарты сервиса мирового уровня!

Ценности компании «Базэл Аэро»:

Инновации.

Мы совершенствуем процессы и системы, опираясь на лучший мировой опыт.

Качество сервиса.

Мы берем на себя ответственность за создание комфортной атмосферы в каждом аэропорту компании.

Открытость.

Мы реализуем новые идеи и проекты, учитывая запросы партнеров и рынка.

Команда.

Мы раскрываем кадровый потенциал на личном и командном уровнях.

Баланс.

Мы стремимся к гармонии в работе и отдыхе [16].

С 2017 года в компании функционирует собственный Интранет-портал (до этого момента сотрудники компании являлись пользователями общего Интранет-портала всех бизнесов управляющей компании). Корпоративный портал «Базэл Аэро» предназначен для создания единого информационного пространства и оптимизации существующих процессов информирования сотрудников компании. В компании функционирует Интранет старшего класса, который имеет возможность обеспечивать поддержку нескольких географических площадок и объединяет в себе внутреннюю коммуникативную среду следующих организаций: ООО УК «Базэл Аэро», АО «Международный Аэропорт Сочи», АО «Международный Аэропорт Краснодар», ОАО «Аэропорт Анапа». Обязанности наполнения Интранета закреплены за определенными сотрудниками каждого подразделения, которые ориентируются на регламент по работе с порталом. Регламент разработан в компании «Базэл Аэро» и состоит из следующих пунктов:

1. Материалами для наполнения Интранета являются события, достижения компании, интересные факты, развитие и решения проблем.

2. В сети Интранет размещается информация о назначениях топ-менеджеров и ключевых руководителей. Для размещения требуется краткая

биография и фото руководителя.

3. Ответственному за наполнение портала Интранета необходимо обновлять информацию о своем предприятии в разделе «организационная структура» по мере появления новой информации.

4. По мере выпуска на портале Интранет размещается корпоративная газета компании «Новая высота».

5. В сети Интранет публикуется интервью с руководителями по актуальным темам, в поддержку событий и мероприятий, проходящих в компаниях.

6. На портале публикуются обращения руководителей к сотрудникам, поздравления с профессиональными праздниками и анонсы важных событий по мере их наступления.

7. Тематические разделы наполняются краткими анонсами мероприятий с указанием времени и места проведения мероприятия за месяц до события.

8. Своевременно пополняется телефонный справочник сотрудников.

9. Портал наполняется информацией и об интересных предложениях компании в сфере её деятельности.

10. В сети публикуется информация о льготах и скидках на услуги компании и партнеров для сотрудников.

Ежемесячно на всех ответственных за Интранет лиц направляется отчет, в котором можно ознакомиться с итогами месяца. Как правило, в отчете приводится информация о количестве опубликованных новостей, интервью, выпусков корпоративной прессы, предложений компании и так далее. Благодаря этой информации можно проследить динамику развития Интранета как внутренней коммуникативной среды организации.

Цели создания собственной системы Интранет:

- повышение информированности сотрудников конкретной компании;
- улучшение информационного взаимодействия между сотрудниками аэропортов Краснодарского края;
- повышение эффективности работы сотрудников за счет предоставления

своевременной и достоверной информации;

- упрощение доступа в сети к разрозненным источникам данных, применения удобных и привычных пользовательских инструментов,
- создание средств совместной дистанционной работы сотрудников;
- предоставление пользователям возможности доступа к корпоративным данным, необходимым им в работе, из единой точки входа.

С целью оптимизации коммуникативных процессов в организации на портале:

- Организована единая точка ознакомления с корпоративными событиями
- Лента новостей, электронная версия корпоративной газеты (ссылка на документ в pdf-формате), текущие производственные показатели/события, даты корпоративных мероприятий с сегментированием по площадкам;
- Разработан конструктор форм (настраиваемый) для проведения внутреннего голосования, создание внутренних опросных листов с формированием отчетов (с возможностью экспорта данных во внешние приложения) и сроков его проведения;
- Объединение сотрудников (в т.ч. из разных географических площадок) в рабочие группы для ведения тематических обсуждений;
- Организовано единое информационное пространство в корпоративном стиле (использование текущего фирменного стиля);
- Создана удобная структура, обеспечивающая возможности предоставления пользователям доступа к производственным информационным материалам (производственные результаты, новости, видео, фото и другим формам представления информации);
- Организован поиск информации, по ключевым словам, и тегам с разделением по площадкам;
- Реализованы возможности уведомления пользователей в системе об изменениях с момента его посещения;
- Создание удобной системы поиска данных в телефонном справочнике сотрудников;
- Предоставление сотруднику информацию по кадровым вопросам;

- Предоставление информации по вопросам профсоюза;
- Тематический разделы на тему акции/конкурсы/волонтерство/благотворительность со следующим функционалом:
 - Формирования объявления о мероприятии (с размещением новых объявлений на стартовую (главную) страницу портала);
 - Возможность подачи сотрудниками заявок; формирование списков участников мероприятий; формирование команд волонтеров; подача идей в режиме администрирования данного раздела отдельным сотрудником;
 - Обратная форма связи с администратором портала для запроса информации.

Изучив Интранет компании «Базэл Аэро» можно сделать вывод о том, что он является достаточно активной внутренней коммуникативной средой, которая соединяет в себе коммуникацию не только одного города, но целого края. Работа сотрудников компании с Интранет-порталом выстроена грамотно, важным моментом которой является закрепление обязанностей по наполнению сети Интранет за сотрудниками каждого структурного подразделения. Это помогает своевременно актуализировать информацию на портале, разнообразить контент, а также оптимизировать рабочее время, которое мог бы затрачивать один сотрудник на наполнение Интранет-портала.

Изучив коммуникативную составляющую Интранет-портала компании «Базэл Аэро» в целом, стоит уделить отдельное внимание работе с Интранет-порталом в разрезе функционала пресс-службы компании «Базэл Аэро».

2.2 Особенности функционирования Интранет-портала в разрезе функционала пресс-службы компании «Базэл Аэро»

С целью выполнения коммуникативной функции Интранет-портала в разрезе PR сотрудники пресс-службы с определенной периодичностью наполняют тематические разделы портала. Согласно регламенту работы с Интранет-порталом компании «Базэл Аэро» за сотрудниками пресс-службы

закреплены следующие зоны ответственности:

- Наполнение новостного раздела. Контент-план по наполнению портала синхронизируется с ежемесячным PR-планом компании. Публикация дополнительной информации выполняется по мере появления: новость, публикация, проведение акции, событие в календаре. Стоит отметить, что перед публикацией новости, у автора есть возможность выбрать раздел, тематику, иными словами классифицировать новость;

- Наполнение раздела корпоративной газеты. Корпоративное издание компании «Базэл Аэро» выходит с периодичностью раз в два месяца, с аналогичной периодичностью электронная версия издания публикуется на портале. После публикации издания сотрудник может настроить оповещение для пользователей портала о публикации нового выпуска корпоративного издания;

- Наполнение раздела календарных событий. Сотрудники пресс-службы вносят в календарь запланированные корпоративные события и праздники. Внесенное мероприятие отображается в выбранном календаре (у редактора есть возможность выбора общего календаря или календаря отдельного аэропорта) и доступно для всех сотрудников;

- Наполнение раздела опросов. По мере появления тем для проведения опросов (уровень удовлетворенности условиями труда, статистика вовлеченности сотрудников в проектную работу организации и т.д.), сотрудники пресс-службы публикуют опросы и в последствии делают выгрузку его результатов);

- Наполнение раздела фото и видео материалов. По мере появления материалов сотрудники пресс-службы наполняют соответствующий раздел и оповещают пользователей Интранет-портала об обновлениях;

- Редактор раздела акции, конкурсы, волонтерство. В указанном разделе происходит оповещение сотрудников о планируемых мероприятиях, акциях и конкурсах. Механика работы этого раздела предполагает создание своеобразного опроса, по результатам которого сотрудник пресс-службы имеет возможность выгрузить список участников мероприятия с

необходимыми для организаторов данными.

На примере работы портала в компании «Базэл Аэро» показана необходимость его внедрения и эксплуатации в организациях, а также его важная роль в развитии внутренней коммуникативной среды организации.

Таким образом, изучив особенности функционирования Интранет-портала в разрезе функционала пресс-службы компании «Базэл Аэро», можно сделать вывод, что пресс-служба наполняет портал материалами, которые способствуют выполнению коммуникативной функции Интранет-портала. Однако и другие подразделения компании наполняют его смежные разделы, в которых публикуется и другая корпоративная информация. В целом эта работа способствует развитию Интранет портала, как внутренней коммуникативной среды организации. Для дальнейшей оптимизации нынешнего процесса наполнения сети Интранет компании «Базэл Аэро» рекомендуется увеличить количество вовлеченных в работу портала сотрудников.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной курсовой работы было изучение Интранета как внутренней коммуникативной среды организации на примере конкретной компании – «Базэл Аэро».

В процессе достижения цели были решены следующие задачи:

- Определены понятие и функции корпоративной сети Интранет;
- Определены понятие и специфика внутренней коммуникативной среды организации;
- Изучена работа Интранет-портала на примере компании «Базэл Аэро» в целом;
- Изучена работа Интранет-портала на примере компании «Базэл Аэро» в разрезе функционала пресс-службы.

После детального изучения темы исследования поставленная цель была достигнута путем выполнения сформулированных задач.

В ходе исследований по выбранной теме было выявлено, что Интранет является одной из основных внутренних коммуникативных сред организации, поскольку в деятельности современной организации сеть Интранет обеспечивает большое количество коммуникативных процессов организации.

Коммуникативные связи помогают эффективно использовать информационные ресурсы. Как показано в практической части данной курсовой работы Интранет является одной из эффективных

коммуникативных сред организации. В современной организации именно в нем происходит обмен актуальной информацией, размещение важных новостей, обращений руководства, а также объявлений для всех сотрудников.

В процессе рассмотрения выбранной темы было подробно изучено понятие коммуникативной среды организации, в результате чего портал Интранет был определен как подходящая площадка для внутренней коммуникативной деятельности организации.

Примером взаимодействия сотрудников в коммуникативной сети может служить приведенная во второй главе практика, где сотрудники компании размещают новости для своих коллег и в это же время получают аналогичную информацию, совместно работают над задачами и участвуют в корпоративной жизни организации.

Также стоит отметить широкое распространение корпоративной сети Интранет в связи с тем, что она имеет определенные преимущества в совместном использовании информации, сотрудничестве, быстром доступе к необходимым данным и оптимизации производственных процессов.

В результате проделанной работы были сделаны выводы о том, что данное исследование представляет теоретическую значимость для студентов, изучающих деятельность по связям с общественностью, менеджмент, и психологию.

По окончании исследования были даны рекомендации для компании «Базэл Аэро», которые помогут оптимизировать нынешний процесс наполнения сети Интранет, а также поспособствуют дальнейшему развитию корпоративного веб-портала.

Результаты проведенного в курсовой работе исследования можно использовать на практике, оптимизируя работу сети Интранет в других организациях.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ансофф И. Стратегическое управление, – М.: Экономика, 1989.
2. Афанасьев М.Л. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. – М.: Финстатинформ, 1995.
3. Блинов А.О. Внедрение системы управления по целям в российских условиях/ А.О. Блинов // Проблемы теории и практики управления. 2004. 125
4. Богданов. А.Ю. А.Ю. Информационные технологии в экономике. – М.: Эксмо, 2006. – 410 с.
5. Боумен К. Основы стратегического менеджмента. – М.: ЮНИТИ, 2008.
6. Бройдо В. Л. Вычислительные системы, сети и телекоммуникации: Учебник для вузов. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006.
7. Верхоглазенко В. Система коммуникаций в организации//Консультант директора. – 2008. – №4. – С. 23-34
8. Веснин В.Р Теория организации: Учебник, М., Проспект, 2008
9. Виханский О.С. Стратегическое управления: учебник/ О.С. Виханский // Изд. 3-е, М.: Изд-во МГУ, 2005. – 124
10. Грозницкий. М.Е. Информационные технологии в процессах управления. – СПб.: Питер, 2009. – 344 с.
11. Гутгарц Р.Д. Эволюция подходов к проблеме коммуникаций в организации предприятия. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – №5. – С. 127-134
12. Клиланд У. Стратегическое планирование в организациях. – М., 2008.
13. Лаборатория рекламы, маркетинга и PR №4 (65), 2004
14. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента, М., 1992
15. Официальный сайт компании «АКСИМА: Консультирование, Исследования, Тренинги». [Электронный ресурс] // URL: <http://www.axima-consult.ru/stati-10-10-vnutrenniy-web-portal.html> (дата обращения: 01.03.2018)

16. Официальный сайт компании «Базэл Аэро» [Электронный ресурс] // URL: <http://basel.aero/> (дата обращения: 30.03.2018).
17. Официальный сайт PR-агентства «Полиглот» // URL: <http://www.polylog.ru/ru/pr-help/internal-communications.htm> (дата обращения: 01.04.2018).
18. Почепцов, Г.Г. Теория и практика коммуникации. / Г.Г. Почепцов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2008. - 703 с
19. Производственный менеджмент: Учебник/ Под ред. Козловского В.А. – М.: ИНФРА – М, 2009.
20. Спивак В.А. Современные бизнес-коммуникации. / В.А. Спивак. – 2-е изд., перераб. и доп СПб.: Питер, 2006. – 448 с.
21. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент, М., 1998.
22. Филинова О. Е. Информационные технологии в рекламе. Учебное пособие – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2006
23. Форум IT-консалтинга
URL: http://citforum.ru/internet/intranet_app/interintr_01.shtml (дата обращения: 11.04.2018).
24. CNews Интернет-издание в сфере высоких технологий в России и странах СНГ [Электронный ресурс] // URL: <http://www.cnews.ru/reviews/free/security2004/ebusiness/index4.shtml> (дата обращения: 21.04.2018).
25. Intraoffice. Полнофункциональное intranet-решение [Электронный ресурс] // URL: <http://www.intraoffice.ru/> (дата обращения: 14.03.2018).