

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

БАРАКОВА ГАЛИНА НИКОЛАЕВНА

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
КАК ЭЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

автореферат бакалаврской работы

направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов, 2025 год

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – доцент, к.филол.н., доцент Додыченко Е. А.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. В условиях быстроменяющегося бизнеса, понимание роли визуального образа бренда и ее взаимодействия с внутренней культурой организации становится ключевым. Фирменный стиль, который включает в себя не только логотип и цветовые элементы, но и образы и ценности, отражает ее философию и влияет на восприятие сотрудниками и клиентами.

Другая важная составляющая – влияние фирменного стиля на мотивацию и вовлеченность сотрудников. Четко выраженный и позитивный фирменный стиль создает условия для формирования единой корпоративного духа среди работников, что, в свою очередь, влияет на их продуктивность. С точки зрения организационной психологии, важно изучить, как визуальные элементы и символы могут усиливать чувство принадлежности к компании, что напрямую связано с повышением уровня доверия, открытости и взаимодействия внутри команды.

Кроме того, изучение соотношения фирменного стиля и корпоративной культуры предоставляет возможности для анализа их взаимосвязей в контексте инновационных изменений и приспособления бизнеса к конкурентной среде. В условиях динамичной деловой среды, компании вынуждены переосмысливать свои коммуникационные стратегии и адаптировать фирменный стиль к современным трендам и изменениям на рынке.

Цель выпускной квалифицированной работы заключается в анализе взаимосвязи между фирменным стилем и корпоративной культурой компании. Также планируется определить, каким образом элементы визуальной идентичности способствуют формированию корпоративного имиджа, укреплению внутренних коммуникаций и повышению лояльности сотрудников. В работе будут разработаны рекомендации по изменению фирменного стиля с целью улучшения корпоративной культуры. Для достижения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

- изучить основные теоретические подходы к определению понятия фирменный стиль и его компонентов;
- исследовать основные виды корпоративной культуры и их характеристики;
- проанализировать успешные примеры внедрения фирменного стиля в компаниях и их влияние на корпоративную культуру;
- описать текущий фирменный стиль медицинского центра при ООО «СДСЭ», включая визуальные элементы и коммуникационные аспекты;
- оценить уровень вовлеченности сотрудников в корпоративную жизнь;
- разработать проект нового фирменного стиля, отражающий ценности компании.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в ней раскрыто содержание фирменного стиля и корпоративной культуры; определена взаимосвязь между ними; проанализированы успешные примеры внедрения фирменного стиля; осуществлен анализ медицинского центра при ООО «СДСЭ»; исследована корпоративная культура учреждения; предложены рекомендации по изменению фирменного стиля.

Структура исследования состоит из двух глав. В первой главе раскрывается содержание понятий и основные характеристики фирменного стиля и корпоративной культуры, а также практика использования. Во второй главе проведен анализ медицинского центра при ООО «СДСЭ», а также предложены рекомендации по изменению фирменного стиля для улучшения корпоративной культуры.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретические основы фирменного стиля и корпоративной культуры» рассматривается содержание и основные характеристики фирменного стиля и корпоративной культуры, а также взаимосвязь между ними. Фирменный стиль – это совокупность визуальных и вербальных элементов, используемых для создания уникального образа компании, продукта или бренда. Он включает такие компоненты, как логотип, шрифты, цвета, графические элементы, слоганы и другие средства

коммуникации. Основная цель фирменного стиля – обеспечить узнаваемость компании на рынке, отличив ее от конкурентов и сформировав положительное впечатление у целевой аудитории.

В узком понимании фирменный стиль ограничивается набором конкретных визуальных элементов, которые используются для идентификации компании. К ним относятся: логотип, цветовая палитра, шрифты, графические элементы, фирменные бланки и визитки.

В широком смысле фирменный стиль выходит за рамки чисто визуальных компонентов и включает в себя все аспекты, связанные с восприятием компании. Это может включать: корпоративную культуру; стандарты обслуживания; коммуникативную стратегию; ценности компании; повседневное поведение сотрудников.

Такой подход подразумевает, что фирменный стиль – это не просто внешний вид, но и внутренний дух компании, который проявляется во всем, начиная от общения с клиентами и заканчивая внутренним управлением.

Корпоративная культура – это набор ценностей, убеждений, традиций и норм поведения, которые определяют, как сотрудники взаимодействуют друг с другом и работают в компании. Она влияет на то, как принимаются решения, как решаются конфликты, какие стандарты качества поддерживаются, и даже на то, каким образом компания строит свои отношения с клиентами и партнерами.

Корпоративная культура может включать такие элементы, как миссия и ценности компании, стиль управления, традиции и ритуалы, принятые внутри коллектива, а также отношение к инновациям и изменениям. Эта культура формируется со временем и отражает уникальный характер каждой организации. Она помогает сотрудникам понимать, что важно для компании, и как они должны действовать, чтобы соответствовать этим ожиданиям.

Корпоративная культура формируется постепенно и под влиянием различных факторов. Основатели компании закладывают ее фундамент, привнося свои личные ценности и убеждения, которые затем развиваются в

миссию и стратегию компании. Важную роль играют документы, такие как миссия, видение и ценности, которые создают общее понимание того, зачем существует организация и какими принципами она руководствуется. Организационная структура и стратегия также оказывают влияние: если компания нацелена на инновации и гибкость, это отражается в культуре через поощрение креативного мышления и быстрых решений. Лидерские качества руководителей играют ключевую роль, поскольку их поведение и принятие решений служат примером для других сотрудников. Ритуалы и традиции, такие как регулярные встречи, праздники и тимбилдинги, укрепляют чувство принадлежности к коллективу. Обратная связь и обучение поддерживают и развивают корпоративную культуру, помогая сотрудникам улучшить свои навыки и понять, что от них ожидается. Подбор новых сотрудников также важен, ведь компании стремятся привлекать тех, чьи ценности совпадают с ценностями организации. Наконец, корпоративная культура должна быть готовой к изменениям и адаптации, чтобы оставаться актуальной и способствовать успеху компании.

Задачи корпоративной культуры направлены на создание условий, способствующих эффективному функционированию компании и достижению ее стратегических целей. К ним относятся: создание единого видения и миссии; установление стандартов поведения; развитие мотивации и вовлеченности; поддержание стабильной и безопасной рабочей среды; оптимизация коммуникационных процессов; формирование лояльности и приверженности; разрешение конфликтов и управление изменениями; стимулирование инновационного мышления; укрепление имиджа и репутации компании; обучение и развитие персонала.

Выполнение этих задач способствует созданию сильной и устойчивой корпоративной культуры, которая помогает компании достигать успеха в долгосрочной перспективе.

Связь между фирменным стилем и корпоративной культурой заключается в том, что фирменный стиль отражает внутренние ценности и принципы

компании, формируя внешний образ, соответствующий ее миссии и целям. В то же время здоровая корпоративная культура поддерживает высокое качество работы сотрудников и их приверженность компании, что положительно сказывается на восприятии бренда. Таким образом, сочетание сильного фирменного стиля и здоровой корпоративной культуры является основой для успешного функционирования и конкурентоспособности компании на современном рынке.

Во второй главе «Практика использования фирменного стиля в корпоративной культуре» проведен анализ фирменного стиля, исследована корпоративная культура, а также разработаны рекомендации по изменению стиля для улучшения корпоративной культуры. Объектом является фирменный стиль как элемент корпоративной культуры, а предметом – влияние фирменного стиля на улучшение корпоративной культуры медицинского центра при ООО «СДСЭ».

Медицинский центр при ООО «СДСЭ» – это организация, которая специализируется на проведении медицинских экспертиз и оказании медицинских услуг. Он работает в тесном сотрудничестве с Саратовским департаментом судебных экспертиз, что позволяет ему предоставлять услуги высокого качества и в соответствии с требованиями законодательства.

Организация проводит различные виды медицинских экспертиз, включая судебно-медицинские, психиатрические, наркологические и другие. Эти экспертизы могут быть необходимы для решения юридических вопросов, таких как установление причин смерти, определение степени тяжести вреда здоровью, установление факта алкогольного или наркотического опьянения и т. д.

Компания предлагает широкий спектр медицинских услуг, включая консультации специалистов, лабораторные исследования, диагностические процедуры и т. д. Это позволяет клиентам получить комплексную медицинскую помощь в одном месте.

Данная компания не развивается, отсутствует фирменный стиль, нет единства в использовании цветовой гаммы. Кроме логотипа, небольших рекламных плакатов, которые располагаются в самом помещении – она не использует.

Медицинский центр при ООО «СДСЭ» сотрудничает с широким кругом клиентов, включая государственные и частные организации, а также индивидуальных заказчиков. Компания имеет прочные партнерские отношения с ведущими юридическими и экспертными организациями, что позволяет ей обеспечивать высокое качество услуг и своевременное выполнение проектов. В организации также используются современные технологии и оборудование, что позволяет компании выполнять работы на высоком уровне.

В данном учреждении трудится 15 человек. Среди них: главный врач, заместитель главного врача, управляющий, врачи разных специальностей, медицинские сестры, администраторы. Каждый из них вносит свой вклад в здоровье и благополучие пациентов.

Для оценки корпоративной культуры в системе управления персоналом медицинского центра при ООО «СДСЭ» была проведена беседа с руководством, с целью получить информацию о стратегии компании, ее целях и задачах. А также проведено анкетирование среди сотрудников, что дало возможность оценить их мнение о корпоративной культуре, условиях труда и удовлетворенности работой.

По результатам оценки корпоративной культуры в системе управления персоналом медицинского центра при ООО «СДСЭ» были выявлены ее сильные и слабые стороны.

В учреждении работает сплоченный коллектив, в котором каждый сотрудник уверен в завтрашнем дне. В коллективе сложилась атмосфера доверия и доброжелательности друг к другу. Все сотрудники считают себя частью команды, однако дух сотрудничества в компании практически не ощущается.

Конфликты в организации происходят редко; разрешаются легко и без негативных последствий.

В компании слабо развита корпоративная коммуникация между отделами, однако этот факт компенсируется тем, что большинство сотрудников проработали и продолжают работать в медицинском центре более 5 лет.

В медицинском центре при ООО «СДСЭ» визуальные элементы не соответствуют атмосфере, что может вызывать недоверие у пациентов. Они могут быть не так лояльны, поскольку фирменный стиль не соответствует ожиданиям от сервиса и уровня обслуживания. Сотрудники могут терять мотивацию, так как визуальные элементы не вдохновляют и не сильно отражают командный дух.

Изменение фирменного стиля поможет значительно улучшить корпоративную культуру. Новый логотип, цветовая палитра, шрифты создают ощущение свежести. Новый фирменный стиль отражает основные ценности и миссию компании, помогая лучше понимать и разделять идеи, а также создает единую корпоративную идентичность, что способствует улучшению командного духа и взаимодействия между сотрудниками. Современные элементы дизайна могут быть внедрены в офисное пространство, создавая вдохновляющую и комфортную атмосферу для работы. Также обновленный стиль может улучшить восприятие компании пациентами и партнерами, что, в свою очередь, может повысить внутреннюю мотивацию сотрудников.

Исходя из этого были предложены рекомендации по изменению фирменного стиля и улучшения корпоративной культуры.

Разработанные предложения по изменению фирменного стиля медицинского центра при ООО «СДСЭ», позволяют эффективно решать проблемы корпоративной культуры. Предлагаемые меры включают обновление логотипа и цветовой гаммы, внедрение новой системы корпоративных коммуникаций и развитие маркетинговых материалов.

Ожидаемые результаты реализации проекта включают усиление восприятия компании как современного и динамичного игрока рынка, повышение привлекательности учреждения для потенциальных клиентов и партнеров, укрепление позитивного отношения сотрудников к своему рабочему месту и продуктивности труда.

В результате проведенной работы был сделан вывод о важности фирменного стиля для развития корпоративной культуры, а также предложены конкретные рекомендации по улучшению этой значимой части имиджа компании.