

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ  
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**Кафедра экономики и управления бизнесом**

**ГОРБУНОВА**  
Инна Михайловна

**ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук,  
доцент Л.П. Ермалович

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой экономики и управления бизнесом  
доктор экономических наук, доцент В.В.Пузиков

Минск, 2017

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа 68 с., 9 табл., 45 источников.

В последнее время технологии формирования имиджа различных объектов находят все большее применение во многих областях человеческой деятельности. Интерес к проблеме имиджа обусловлен необходимостью решения практических задач в сфере управления и коммуникаций. Использование знаний и навыков в формировании имиджа стало одним из важнейших критериев успешности профессиональной деятельности специалистов в области менеджмента, маркетинга, рекламы, связей с общественностью. Актуальность темы дипломной работы связана со значительным распространением исследуемого явления и заключается в необходимости разработки рекомендаций по совершенствованию работы в рассматриваемой области.

Цель исследования: определение путей формирования имиджа организации.

Объект исследования: государственное учреждение «Национальное агентство по туризму».

Предмет: внешний и внутренний имидж ГУ «Национальное агентство по туризму».

Методы исследования: методы сравнительного анализа, монографический, графический, экономико - статистический, абстрактно - логический, анализ, окончательные расчёты, изучение мнений и т.д.

Результатом работы стали разработанные предложения, направленные на увеличение рентабельности и доступности услуг организации.

Возможность применения на практике: в работе задействована полная степень внедрения, работа с документацией государственного учреждения, исследования на территории организации.

Область применения: в работе начальников отделов, а также выдвигается к рассмотрению на заседаниях для более детального изучения и дальнейшей разработки исследований.

Эффективность: данная работа направлена на повышение качества услуг, рентабельности за счёт улучшения внутреннего и внешнего имиджа организации.

В соответствии с требованиями образовательного стандарта в ходе написания дипломного проекта были изучены методические, инструктивные и нормативные материалы. Собранный, систематизированный и обобщенный первичный материал по вопросам, разрабатываемым при выполнении дипломной работы.

Дипломный проект состоит из 6 приложений, на которых цель диплома и поставленные задачи были выполнены полностью.

## РЭФЕРАТ

Дыпломная работа 68 с., 9 табл., 45 крыніц.

У апошні час тэхналогіі фарміравання іміджу розных аб'ектаў знаходзяць усё большае прымяненне ў многіх галінах чалавечай дзейнасці. Цікавасць да праблемы іміджу абумоўлена неабходнасцю вырашэння практычных задач у сферы кіравання і камунікацый. Выкарыстанне ведаў і навыкаў у фарміраванні іміджу стала адным з найважнейшых крытэрыяў паспяховасці прафесійнай дзейнасці спецыялістаў у галіне менеджменту, маркетынгу, рэкламы, сувязяў з грамадскасцю. Актуальнасць тэмы дыпломнай работы звязана са значным распаўсюджваннем даследнай з'явы і заключаецца ў неабходнасці распрацоўкі рэкамендацый па ўдасканаленні працы ў разглядаанай вобласці.

Мэта даследвання: вызначэнне шляхоў фарміравання іміджу арганізацыі.

Аб'ект даследвання: дзяржаўная ўстанова «Нацыянальнае агенцтва па турызме».

Прадмет: знешні і ўнутраны імідж дзяржанай установы «Нацыянальнае агенцтва па турызме».

Метады даследвання: метады параўнальнага аналізу, манаграфічны, графічны, эканоміка - статыстычны, абстрактна - лагічны, аналіз, канчатковыя разлікі, вывучэнне меркаванняў і г.д.

Вынікам работы сталі распрацаваныя прапановы, накіраваныя на павелічэнне рэнтабельнасці і даступнасці паслуг арганізацыі.

Магчымасць прымянення на практыцы: у рабоце задейнічана поўная ступень укаранення, работа з дакументацыяй дзяржаўнай установы, даследванні на тэрыторыі арганізацыі.

Вобласць прымянення: у рабоце начальнікаў аддзелаў, а таксама вылучаецца да разгляду на планёрках для больш дэталёвага вывучэння і далейшай распрацоўкі даследаванняў.

Эфектыўнасць: дадзеная праца накіравана на павышэнне якасці паслуг, рэнтабельнасці за кошт паляпшэння ўнутранага і знешняга іміджу.

У адпаведнасці з патрабаваннямі адукацыйнага стандарту ў ходзе напісання дыпломнага праекта былі вывучаны метадычныя, інструктыўныя і нарматыўныя матэрыялы. Сабраны, сістэматызаваны і абагульнены першасны матэрыял па пытаннях, якія распрацоўваюцца пры выкананні дыпломнай працы.

Дыпломны праект складаецца з 6 прыкладанняў, на якіх мэта дыплама і пастаўленыя задачы былі выкананыя цалкам.

## APERÇU

Thèse d'études supérieures 68 pages, 9 tableaux., 45 sources.

Le dernier temps les technologies de la formation de l'image de marque des objets différents sont de plus en plus appliquées dans les nombreux domaines de l'activité humaine. L'intérêt au problème de l'image de marque est dû à la nécessité de la résolution des problèmes pratiques dans la sphère de la direction et de la communication. L'utilisation des connaissances et des savoirs de la formation de l'image de marque est devenue un des critères les plus importants de la réussite professionnelle des spécialistes dans les domaines de la gestion, du marketing, de la publicité et des relations publiques. L'actualité de la thème de la thèse est liée à la prévalence croissante du phénomène étudié et consiste la nécessité de l'élaboration des recommandations sur le perfectionnement du travail dans le domaine à l'étude.

But de la recherche: la définition des voies de la formation de l'image de marque de l'organisation.

Objet de la recherche: Agence nationale du tourisme

Matière: image de marque intérieure et extérieure de l'Agence nationale du tourisme.

Méthodes de la recherche: analyse comparative, monographique, graphique, statistique économique, logique abstraite, analyse, calculs définitifs, études des opinions etc.

Résultats du travail réalisé : prépositions élaborées sur l'augmentation de la rentabilité et de l'accessibilité des services de l'organisation.

Possibilités de l'usage pratique : pendant le travail on a utilisé une application complète, un travail avec la documentation de l'entreprise, des recherches au territoire de l'organisation.

Domaine de l'utilisation : dans le travail des chefs des départements, en plus les résultats de la recherches sont proposés à l'examen plus détaillée aux réunions afin d'élaborer une recherche ultérieure.

Efficacité : augmentation de la qualité et de l'accessibilité des services, de la rentabilité aux dépens de l'amélioration de l'image de marque intérieure et extérieure de l'organisation.

Correspondant aux exigences du standard éducatif à la thèse d'études supérieures on a étudié des matériels méthodiques, instructifs et normatifs. On a ramassé, systématisé et synthétisé le matériel primaire sur les questions étudiées dans la thèse.

La thèse comprend 6 annexes où le but et les objectifs du travail sont complètement réalisés.