

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра экономики и управления бизнесом

МЫШКОВЕЦ
Ольга Николаевна

**ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
ОАО «МИНСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ»**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
профессор В.В. Пузиков

Допущена к защите

«__»_____2017 г.

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

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы составляет 60 страницы. Работа содержит 2 рисунка, 9 таблиц, 3 приложения. При написании дипломной работы использовано 66 источников.

ИМИДЖ, ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ, ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ, ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ, СТРУКТУРА ИМИДЖА, МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ.

Внимание к имиджу особенно актуализировалась в последние годы в связи с обострившейся проблемой выбора, вставшей перед людьми (выбора товаров и услуг, политических партий и общественных организаций, лидеров и руководителей), и обусловлено возрастающей конкуренцией на разнообразных рынках – потребительском, политическом и прочих.

Целью дипломной работы является анализ внешнего и внутреннего имиджа как социально–психологической категории на примере ОАО «Минский завод строительных материалов».

Объектом исследования является имидж как социально–психологическая категория.

Предметом исследования являются структура, основные компоненты имиджа, его виды и функции, а также совокупность экономических отношений, обуславливающих условия и направления развития ОАО «Минский завод строительных материалов», как фактора повышения конкурентоспособности предприятия.

Дипломная работа состоит из трех глав, введения, заключения и приложений.

ABSTRACT

The volume of the thesis is 60 pages. The work contains 2 figures, 9 tables. When writing the thesis, 66 sources were used.

IMAGE, IMAGE OF ORGANIZATION, POSITIVE IMAGE OF ORGANIZATION, FACTORS OF FORMATION OF IMAGE OF ORGANIZATION, STRUCTURE OF IMAGE, MECHANISM FOR FORMING IMAGE OF ORGANIZATION, MANAGEMENT OF PERSONNEL.

Attention to the image was especially actual in recent years due to the growing problem of choice faced by people (choice of goods and services, political parties and public organizations, leaders and leaders) and is caused by growing competition in a variety of markets – consumer, political and other.

The aim of the thesis is to analyze the external and internal image as a social and psychological category by the example of OJSC «Minsk Building Materials Plant».

The object of research is the image as a social and psychological category.

The subject of the study is the structure, the main components of the image, its types and functions, as well as the totality of economic relations that determine the conditions and directions of OJSC «Minsk Building Materials Plant» development as a factor of increasing the competitiveness of the enterprise.

Graduate work consists of three chapters, introduction, conclusion and appendix.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы складае 60 старонкі. Праца змяшчае 2 малюнка, 9 табліц. Пры напісанні дыпломнай працы выкарыстаныя 66 крыніц.

ІМІДЖ, ІМІДЖ АРГАНІЗАЦЫІ, СТАНОЎЧЫ ІМІДЖ АРГАНІЗАЦЫІ, ФАКТАРЫ ФАРМАВАННЯ ІМІДЖУ АРГАНІЗАЦЫІ, СТРУКТУРА ІМІДЖА, МЕХАНІЗМ ФАРМІРАВАННЯ ІМІДЖА АРГАНІЗАЦЫІ, КІРАВАННЕ ПЕРСАНАЛАМ.

Увага да іміджу асабліва актуалізавалася ў апошнія гады ў сувязі з абвастрэннем праблемай выбару, якая ўстала перад людзьмі (выбару тавараў і паслуг, палітычных партый і грамадскіх арганізацый, лідэраў і кіраўнікоў), і абумоўлена нарастальнай канкурэнцыяй на разнастайных рынках – спажывецкім, палітычным і іншых.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца аналіз знешняга і ўнутранага іміджу як сацыяльна-псіхалагічнай катэгорыі на прыкладзе ААТ «Мінскі завод будаўнічых матэрыялаў».

Аб'ектам даследавання з'яўляецца імідж як сацыяльна-псіхалагічная катэгорыя.

Прадметам даследавання з'яўляюцца структура, асноўныя кампаненты іміджу, яго віды і функцыі, а таксама сукупнасць эканамічных адносін, якія абумоўляюць ўмовы і напрамкі развіцця ААТ «Мінскі завод будаўнічых матэрыялаў», як фактара павышэння канкурэнтаздольнасці прадпрыемства.

Дыпломная праца складаецца з трох глаў, ўвядзення, заключэння і дадаткаў.