

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра экономики и управления бизнесом

СУДАРЕВА
Ольга Игоревна

МОДЕЛИРОВАНИЕ БРЕНД-ИМИДЖА КОМПАНИИ
И СТРАТЕГИИ ЕЁ ПРОДВИЖЕНИЯ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент Е.М. Воробьева

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 67 страницы. Работа содержит 9 рисунков, 16 таблиц, 2 приложения. При написании дипломной работы использовались 45 источников

ИМИДЖ, КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ, ПОЗИТИВНЫЙ ИМИДЖ, СТРУКТУРА, КЛАССИФИКАЦИЯ, ВИДЫ, ИМИДЖЕОЛОГИЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ, РАЗВИТИЕ.

В данных условиях для фирмы жизненно важно не только учитывать внешние условия, но и иметь вполне определенную ориентацию на формирование благоприятного внешнего и внутреннего имиджа, проводить постоянную целенаправленную работу с общественностью и покупателями, возведенную в принцип деятельности фирм.

Имидж формируется по-разному для различных групп общественности, поскольку желаемое поведение этих групп в отношении предприятия может различаться. Иначе говоря, одно и то же предприятие может по-разному восприниматься потребителями, инвесторами, госструктурами, местной и международной общественностью.

Целью дипломной работы является разработка путей формирования позитивного имиджа ЧП «Кабинет-групп».

Объектом исследования является имидж организации.

Предметом исследования является имидж ЧП «Кабинет-групп».

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

ABSTRACT

The volume of the thesis is 67 pages. The work contains 9 figures, 16 tables, 2 annexes. When writing the thesis used 45 sources.

IMAGE, CORPORATE IMAGE, POSITIVE IMAGE, STRUCTURE, CLASSIFICATION, TYPES, IMAGEOLOGY, PROSPECTS, DEVELOPMENT.

Under these conditions, for the firm it is vital to consider not only external conditions, but also to have a definite orientation on the formation of favorable internal and external image, to conduct on-going targeted work with the public and customers, raised to the principle activities of firms.

The image is formed differently for different groups of the public, because the desired behavior of these groups in relation to the enterprise may vary. In other words, the same enterprise may be differently perceived by consumers, investors, government agencies, local and international public.

The aim of the thesis is to develop methods of forming a positive image of emergency «Cabinet-group».

The object of study is the image of the organization.

The subject of research is the image of emergency "Cabinet-group".

The diploma work consists of introduction, three chapters, conclusions and applications

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы складае 67 старонак. Праца змяшчае 9 малюнкаў, 16 табліц, 2 прыкладання. Пры напісанні дыпломнай працы выкарыстоўваліся 45 крыніц.

ІМІДЖ, КАРПАРАТЫЎНЫ ІМІДЖ, ПАЗІТЫЎНЫ ІМІДЖ, СТРУКТУРА, КЛАСІФІКАЦЫЯ, ВІДЫ, ИМИДЖЕОЛОГИЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ, РАЗВІЦЦЁ.

У дадзеных умовах для фірмы жыццёва важна не толькі ўлічваць знешнія ўмовы, але і мець цалкам пэўную арыентацыю на фарміраванне спрыяльнага вонкавага і ўнутранага іміджу, праводзіць пастаянную мэтанакіраваную працу з грамадскасцю і пакупнікамі, узведзеную ў прынцып дзейнасці фірмаў.

Імідж фармуецца па-рознаму для розных груп грамадскасці, паколькі жаданае паводзіны гэтых груп у дачыненні да прадпрыемства можа адрознівацца. Інакш кажучы, адно і тое ж прадпрыемства можа па-рознаму ўспрымацца спажывцамі, інвестарамі, дзяржструктурамі, мясцовай і міжнароднай грамадскасцю.

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца распрацоўка шляхоў фарміравання пазітыўнага іміджу ПП «Кабінет-груп».

Аб'ектам даследавання з'яўляецца імідж арганізацыі.

Прадметам даследавання з'яўляецца імідж ПП «Кабінет-груп».

Дыпломная праца складаецца з ўвядзення, трох глаў, заключэння і прыкладанняў