

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ПРОЦЕНКО
Вероника Владимировна

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА
ЧУП «ГУСАРОВ ГРУПП»

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент Н.В. Ефимова

Допущена к защите

«___» _____ 2019 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации
и связей с общественностью

кандидат философских наук,
доцент И. В. Сидорская

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: страниц – 51, источников – 52, приложений – 6.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ИМИДЖ, PR-ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА, ИМИДЖЕЛОГИЯ, ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ, РЕПУТАЦИЯ.

Объект исследования – связи с общественностью как инструмент построения и регулирования внутреннего и внешнего имиджа.

Предмет – технологии связей с общественностью, используемые коммерческими организациями в коммуникации с внешними и внутренними аудиториями.

Цель – на основе анализа роли связей с общественностью в построении и регулировании внутреннего и внешнего имиджа выявить пути и способы совершенствования имиджа компании «GUSAROV».

Методы исследования: сравнение, анализ, для сбора и анализа данных применялись такие социологические методы, как опрос и мониторинг СМИ.

Новизна дипломной работы заключается в том, что в современных рыночных условиях успех любой организации зависит от того, как ее воспринимают целевые аудитории. Успешно сформированный и управляемый корпоративный имидж влияет не только на лояльность, но и на уровень прибыли организации. Экономические показатели напрямую зависят и от такого нематериального актива, как репутация, в основе которой лежит позитивный имидж компании и умение профессионально им управлять. Однако, в практической деятельности нередко встречаются случаи, когда организации не могут справиться с трудностями восприятия их стратегии внутренними и внешними аудиториями. Это ведет к возникновению кризисных ситуаций для организации, и, как следствие, к материальным убыткам.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть применены в деятельности коммерческих организаций, заинтересованных в поддержании лояльного отношения целевых аудиторий к компании.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованных в работе.

Проценко В.В.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дыпломная праца змяшчае: старонак – 50, крыніц – 52, дадаткаў – 6.

СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ, ІМІДЖ, PR-ТЭХНАЛОГІІ У ФАРМІРАВАННІ ІМІДЖУ, ІМІДЖАЛОГІЯ, ПЕРСАНАЛЬНЫ ІМІДЖ КІРАЎНІКА, РЭПУТАЦЫЯ.

Аб’ект даследавання – сувязі з грамадскасцю як інструмент пабудовы і рэгулявання ўнутранага і вонкавага іміджу.

Прадмет – тэхналогіі сувязяў з грамадскасцю, якія выкарыстоўваюцца камерцыйнымі арганізацыямі ў камунікацыі з вонкавымі і ўнутранымі аўдыторыямі.

Мэта – на аснове аналізу ролі сувязяў з грамадскасцю ў пабудове і рэгуляванні ўнутранага і вонкавага іміджу выявіць шляхі і спосабы ўдасканалення іміджу кампаніі «GUSAROV».

Метады даследавання: параўнанне, аналіз, для збору і аналізу дадзеных ужываліся такія сацыялагічныя метады, як апытанне і маніторынг СМІ.

Навізна дыпломнай работы складаецца ў тым, што ў сучасных рынкавых умовах поспех любой арганізацыі залежыць ад таго, як яе ўспрымаюць мэтавыя аўдыторыі. Паспяхова сфарміраваны карпаратыўны імідж, каторым кіруюць, уплывае не толькі на лаяльнасць, але і на ўзровень прыбытку арганізацыі. Эканамічныя паказчыкі напрамую залежаць і ад такога нематэрыяльнага актыву, як рэпутацыя, у аснове якой ляжыць пазітыўны імідж кампаніі і ўменне прафесійна ім кіраваць. Аднак, у практычнай дзейнасці нярэдка сустракаюцца выпадкі, калі арганізацыі не могуць справіцца з цяжкасцямі ўспрымання іх стратэгіі ўнутранымі і знешнімі аўдыторыямі. Гэта вядзе да ўзнікнення крызісных сітуацый для арганізацыі, і, як следства, да матэрыяльных страт.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнай работы могуць быць ужытыя ў дзейнасці камерцыйных арганізацый, зацікаўленых у падтрыманні лаяльных адносін мэтавых аўдыторый да кампаніі.

Аўтар работы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб’ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Працэнка В.У.

ABSTRACT OF DIPLOMA WORK

The diploma work consists of an introduction, two chapters, conclusion and bibliography. The amount of work is 50 pages. The work includes 6 applications. List of references contains 52 items.

PUBLIC RELATION, IMAGE, PR TECHNOLOGIES IN IMAGE FORMATION, IMAGEOLOGY, PERSONAL IMAGE OF THE HEAD, REPUTATION.

The research object is public relations as a tool for building and regulating internal and external image.

The subject is public relations technology used by commercial organizations in communication with external and internal audiences.

The aim of this work is to identify ways and means of improving GUSAROV Agency image, using the analysis of the role of public relations in building and regulating the internal and external image.

Methods of work were comparison and analysis. During the data capturing and analysing we used such sociological methods as polling and monitoring the media.

The relevance of the work is that in today's market conditions the success of any organization depends on how it is perceived by the target audience. Successfully formed and managed corporate image affects not only loyalty, but also the level of profit of the organization. Economic indicators are directly dependent on such an intangible asset as a reputation, which is based on a positive image of the company and the ability to manage it professionally. However, in practical activities there are often cases when organizations cannot cope with the difficulties of perception of their strategy by internal and external audiences. It leads to crisis situations for the organization, and, as a result, to material losses.

Implementation of the results. The results of the work can be applied in the activities of commercial organizations interested in maintaining a loyal attitude of the target audiences to the company.

The author of the work confirms the reliability of the study, as well as the objectivity of references to sources used in the work.

Protsenko V. V. _____