

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

РОМАШКЕВИЧ
Татьяна Олеговна

**УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ EVENT-КОМПАНИИ
«FISHKA.BY»**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент Ю.В. Явинская

Допущена к защите
«__» _____ 2019 г.
Зав. кафедрой технологий коммуникации
и связей с общественностью
кандидат философских наук,
доцент И. В. Сидорская

Минск, 2019

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: страниц – 53, источников – 50, приложений – 15.

КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ, ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ИМИДЖЕМ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ В СТРУКТУРЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА, СПЕЦИФИКА ИМИДЖА EVENT-КОМПАНИИ, СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

Объект исследования: **корпоративный имидж**. Предмет исследования: технологии формирования и управления имиджем компании «Fishka.by».

Цель работы: выявить технологии формирования и управления имиджем event-компании «Fishka.by» и выработать рекомендации по управлению имиджем данной организации.

Методы исследования: анализ, классификация, сравнение, глубинное интервью, анкетный опрос.

Новизна дипломной работы заключается в том, что в условиях современных рыночных отношений успех любой организации зависит от успешно сформированного и управляемого корпоративного имиджа. А также можно сказать, что коммерческий успех и прибыль – взаимосвязанные понятия. В свою очередь, уровень прибыли напрямую зависит и от такого нематериального актива, как репутация организации, а в основе ее построения лежит формирование позитивного имиджа и умение профессионально им управлять. Однако в практической деятельности по-прежнему встречаются случаи, когда не все организации могут справиться с трудностями восприятия их стратегии внутренними и внешними аудиториями. Что ведет к возникновению кризисных ситуаций для организации, как следствие – материальные убытки.

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

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

Ромашкевич. Т.О.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Дыпломная работа змяшчае: старонак – 53, крыніц – 50, дадаткаў – 15.

КАРПАРАТЫЎНЫ ІМІДЖ, ТЭХНАЛОГІІ ФАРМІРАВАННЯ І КІРАВАННЯ ІМІДЖАМ, ФІРМЕННЫ СТЫЛЬ, ІМІДЖ КІРАЎНІКА Ў СТРУКТУРЫ КАРПАРАТЫЎНАГА ІМІДЖУ, СПЕЦЫФІКА ІМІДЖУ EVENT-КАМПАНІІ, СУВЯЗІ З ГРАМАДСКАСЦЮ.

Аб'ект даследавання: карпаратыўны імідж. Прадмет даследавання: тэхналогіі фарміравання і кіравання іміджам кампаніі «Fishka.by».

Мэта работы: выявіць тэхналогіі фарміравання і кіравання іміджам event-кампаніі «Fishka.by».

Метады даследавання: аналіз, класіфікацыя, параўнанне, глыбіннае інтэрв'ю, анкетнае апытанне.

Навізна дыпломнай работы складаецца ў тым, што ва ўмовах сучасных рынкавых адносін поспех любой арганізацыі залежыць ад паспяхова сфарміраванага і карпаратыўнага іміджу, каторым якасна кіруюць. А таксама можна сказаць, што камерцыйны поспех і прыбытак – узаемазвязаныя паняцці. У сваю чаргу, узровень прыбытку напрамую залежыць і ад такога нематэрыяльнага актыву, як рэпутацыя арганізацыі, а ў аснове яе пабудовы ляжыць фарміраванне пазітыўнага іміджу і ўменне прафесійна ім кіраваць. Аднак у практычнай дзейнасці па-ранейшаму сустракаюцца выпадкі, калі не ўсе арганізацыі могуць справіцца з цяжкасцямі ўспрымання іх стратэгіі ўнутранымі і знешнімі аўдыторыямі. Што вядзе да ўзнікнення крызісных сітуацый для арганізацыі, як следства – матэрыяльныя страты.

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

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

Рамашкевіч Т.А.

ABSTRACT

Thesis contains: pages – 53, sources – 50, applications – 15.

CORPORATE IMAGE, TECHNOLOGIES OF FORMATION AND MANAGEMENT OF IMAGE, FIRM STYLE, IMAGE OF THE MANAGER IN THE STRUCTURE OF CORPORATE IMAGE, SPECIFICATION OF THE IMAGE OF EVENT- COMPANY, PUBLIC RELATIONS.

Object of study: **corporate image**. Subject of study: technologies of forming and managing the image of the company «Fishka.by».

Objective: to identify the technology of formation and management of the event event company «Fishka.by».

Research methods: analysis, classification, comparison, in-depth interview, questionnaire.

The novelty of the thesis lies in the fact that in the conditions of modern market relations the success of any organization depends on a successfully formed and managed corporate image. It is also possible to say that commercial success and profit are interrelated concepts. In turn, the level of profit directly depends on such an intangible asset as the reputation of the organization, and the basis of its construction is the formation of a positive image and the ability to manage it professionally. However, in practice, there are still cases when not all organizations can cope with the difficulties of perception of their strategy by internal and external audiences. What leads to the emergence of crisis situations for the organization, as a consequence – material losses.

The area of possible practical application: the results of the thesis can be applied in practice of commercial organizations interested in maintaining a loyal attitude of the target audiences to the organization.

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

Romashkevich. T.O.
