

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ШЛОМА
Анна Вячеславовна

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИЙ
СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ СЕТИ ЗАВЕДЕНИЙ ООО «АБИУС»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент И. В. Сидорская

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: 74 страницы, 53 источника, 19 приложений.

КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ, СТРУКТУРА ИМИДЖА, ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА, ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ, ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ, ЗАВЕДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.

Объект исследования – имидж заведений сферы общественного питания. Предмет исследования – эффективные инструменты построения имиджа заведений общественного питания.

Цель – выявить эффективные онлайн- и офлайн-инструменты формирования имиджа заведений общественного питания.

Методы исследования: анализ, синтез, обобщение, сравнение, комплексный подход, опрос, кабинетное исследование, включенное наблюдение.

Полученные результаты: выявлена специфика общественного питания как сферы деятельности; изучены теоретические основы формирования имиджа организации; рассмотрены процессы создания имиджа организации общественного питания на современном этапе; оценено состояние и тенденции развития общественного питания в Республике Беларусь на современном этапе; определены используемые инструменты, направленные на формирование имиджа заведений компании ООО «Абиус»; проанализирована эффективность инструментов построения имиджа и выведена система рекомендаций белорусским заведениям общественного питания для работы в данном направлении.

Новизна дипломной работы заключается в том, что впервые в отечественной практике предметом научного исследования являются эффективные инструменты формирования имиджа заведений общественного питания, действующих на территории Беларуси.

Результаты дипломной работы могут быть использованы в работе над имиджем компаний сферы общественного питания, для иных организаций, работающих с предприятиями общественного питания, при разработке дисциплин по имиджелогии, связям с общественностью и технологиям коммуникации, для дальнейших исследований проблематики корпоративного имиджа.

Автор работы подтверждает достоверность материалов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

Шлома А. В. _____

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Дыплом змяшчае: 74 старонкі, 53 крыніцы, 19 прыкладанняў.

КАРПАРАТЫЎНЫ ІМІДЖ, СТРУКТУРА ІМІДЖУ, ІНСТРУМЕНТЫ ФАРМІРАВАННЯ ІМІДЖУ, ТЭХНАЛОГІІ КАМУНІКАЦЫІ, ГРАМАДСКАЕ ХАРЧАВАННЕ, УСТАНОВЫ ГРАМАДСКАГА ХАРЧАВАННЯ.

Аб'ект даследавання – імідж устаноў сферы грамадскага харчавання. Прадмет даследавання – эфектыўныя інструменты пабудовы іміджу устаноў грамадскага харчавання.

Мэта – вызначыць эфектыўныя анлайн- і афлайн-інструменты фарміравання іміджу устаноў грамадскага харчавання.

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, абагульненне, апытанне, комплексны падыход, кабінетнае даследаванне, уключанае назіранне.

Атрыманыя вынікі: выяўлена спецыфіка грамадскага харчавання як сферы дзейнасці; вывучаны тэарэтычныя асновы фарміравання іміджу арганізацыі; разгледжаны працэсы стварэння іміджу арганізацыі грамадскага харчавання; ацэнены стан і тэндэнцыі развіцця грамадскага харчавання на сучасным этапе; вызначаны выкарыстаныя інструменты, накіраваныя на фарміраванне іміджу устаноў кампаніі ТАА «Абіус»; прааналізавана эфектыўнасць інструментаў пабудовы іміджу і выведзена сістэма рэкамендацый беларускім установам грамадскага харчавання для працы ў гэтым напрамку.

Навізна дыпломнай работы складаецца ў тым, што ўпершыню ў айчыннай практыцы прадметам навуковага даследавання з'яўляюцца эфектыўныя тэхналогіі фарміравання іміджу ўстановы грамадскага харчавання.

Вынікі дыпломнай работы могуць быць выкарыстаны ў дзейнасці над іміджам кампаній грамадскага харчавання, для іншых арганізацый, якія працуюць з прадпрыемствамі грамадскага харчавання, і прафесійнай супольнасці для наступнага даследавання працэсу фарміравання іміджу арганізацый.

Аўтар работы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў дыпломнай работы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Шлома А. В. _____

ABSTRACT

The graduate work includes: 74 pages, 53 sources, 19 appendixes.

CORPORATE IMAGE, STRUCTURE OF THE IMAGE, IMAGE FORMATION TOOLS, COMMUNICATION TECHNOLOGY, FOOD SERVICE.

The object of the research is the image of food service establishments. The subject of the research is effective tools for building the image of food service establishments.

The purpose of the graduate work is to identify effective online and offline tools for creating the image of food service.

Research methods are analysis, synthesis, generalization, survey, desk research, included observation.

The results: the specifics of food service as a field of activity was revealed; the theoretical basis of the image formation of the organization was studied; the processes of image formation of the food service organization at the present stage were considered; the status and trends of food service in the Republic of Belarus at the present stage were assessed; the technologies aimed at shaping the image of the institutions of the company "Abius" were identified; the effectiveness of image formation tools was analyzed and a system of recommendations to belarusian food service organizations for development in this area was created.

The novelty of the graduate work is that the first time in the local practice the subject of scientific research is effective technologies for forming the image of eating places.

The field of the potential practical application: the results of the graduate work can be applied while creating the image of food service organization, other organizations working in this field and the professional community for further research on the process the image of organizations.

The author of the work confirms the authenticity of the materials of the graduate work, as well as the independence of its implementation.

Shloma A.V. _____