

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»**

**Факультет бизнес-администрирования
Кафедра бизнес-администрирования**

Аннотация к дипломной работе

**РЕПУТАЦИЯ КОМПАНИИ
ОАО «АВИАКОМПАНИЯ «БЕЛАВИА»: ФОРМИРОВАНИЕ,
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ, ПОЛУЧЕНИЕ ДОБАВЛЕННОЙ
СТОИМОСТИ ДЛЯ СТЕЙКХОЛДЕРОВ**

ЧУДИНОВА Елена Александровна

**Руководитель:
Догиль Леонид Филиппович,
доктор экономических наук, профессор**

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 85 с., 8 рис., 17 табл., 40 источников, 12 прил.

РЕПУТАЦИЯ, РЕПУТАЦИОННЫЕ АКТИВЫ, ГУДВИЛЛ, РЕЙТИНГОВЫЙ МЕТОД, ИНТРАНЕТ, КОРПОРАТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, АВИАКОМПАНИЯ

Целью дипломной работы является разработка предложений по улучшению репутации ОАО «Авиакомпания «Белавиа», благодаря которым будет наблюдаться получение добавленной стоимости.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретико-методологические основы исследования репутации;
2. Проанализировать организационно-экономическую деятельность, системы управления персоналом и планирования ОАО «Авиакомпания «Белавиа»;
3. Оценить репутационные активы и репутацию ОАО «Авиакомпания «Белавиа»;
4. Разработать и оценить экономическую эффективность проектов, повышающих репутацию ОАО «Авиакомпания «Белавиа».

Объект исследования: ОАО «Авиакомпания «Белавиа» и его стейкхолдеры.

Предмет исследования: репутация ОАО «Авиакомпания «Белавиа».

Методы исследования: описание, индуктивно-дедуктивный метод, сравнение, методы анализа финансовой отчетности (вертикальный и горизонтальный анализ, коэффициентный метод), измерение, обобщение, анализ, вариантный метод, наблюдение, беседа.

Область возможного практического применения: разработанные проекты могут быть использованы для улучшения репутации и увеличения стоимости гудвилла в ОАО «Авиакомпания «Белавиа», а также в других хозяйственных объектах, у которых управленческие и кадровые репутационные активы практически отсутствуют.

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

Thesis: 85 p., figures 8, table 17, 40 sources, 8 app.

REPUTATION, REPUTATIONAL ASSETS, GOODWILL, RATING METHOD, INTRANET, CORPORATE INSURANCE, ECONOMIC EFFICIENCY, AIRLINES

The aim of the thesis is to develop of proposals for improving the reputation of JSC «Belavia Belarusian Airlines», due to which added value will be obtained.

In pursuit of this aim the author has the following objectives:

1. To study the theoretical and methodological foundations of reputation research;
2. To analyze the organizational and economic activities, personnel management and planning systems of JSC «Belavia Belarusian Airlines»;
3. To evaluate reputational assets and the reputation of JSC «Belavia Belarusian Airlines»;
4. To develop and evaluate the economic efficiency of projects that enhance the reputation of JSC «Belavia Belarusian Airlines».

Object of research: JSC «Belavia Belarusian Airlines» and its stakeholders.

Subject of research: the reputation of JSC «Belavia Belarusian Airlines».

Methods: description, inductive-deductive method, comparison, methods of financial statement analysis (vertical and horizontal analysis, coefficient method), measurement, synthesis, analysis, variant method, observation, conversation.

Realm of the possible practical applications: developed projects can be used in JSC «Belavia Belarusian Airlines» as well as in other business facilities that have virtually no managerial and personnel reputational assets to improve the reputation and increase the value of goodwill.

The author acknowledges that computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowings accompanied by links to their authors.