

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА

**Факультет бизнес-администрирования
Кафедра экономики и менеджмента**

АРАКЕЛЯН
Лусине Вачиковна

**ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ
ООО «ВИВА СТУДИО»**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор экономических наук,
Профессор В.В. Пузиков

Допущена к защите
«__»_____ 2019 г.
Зав. кафедрой экономики и менеджмента
доктор экономических наук, профессор
_____ В.В. Пузиков

Минск, 2019

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 90 страниц, 18 рисунков, 36 таблиц, 55 использованных источников, 4 прил.

ИМИДЖ, КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ, ЦЕННОСТИ, ВВЕДЕНИЕ, МИССИЯ, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ПРОДВИЖЕНИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ПРЕЗЕНТАЦИЯ, БЛОГОСФЕРА

Объект исследования – имидж ООО «Вива Студио».

Предмет исследования – процесс формирования имиджа компании.

Цель данной работы состоит в разработке рекомендаций по формированию имиджа в ООО «Вива Студио».

Методы исследования: метод единства исторического и логического, статистический метод, графический анализ.

Дипломная работа посвящена исследованию вопросов, связанных с формированием корпоративного имиджа организации на примере модельного агентства .

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

ABSTRACT

The thesis contains 88 pages, 15 drawings, 18 tables, 28 used sources, 4 enc.

IMAGE, CORPORATE IMAGE, VALUE, VISION, MISSION, CORPORATE STYLE, ADVANCE, SOCIAL NETWORKS, PRESENTATION, BLOGOSPHERE

Research object – image of LLC Viva Studio.

Object of research – process of formation of image of the company.

The purpose of this work consists in development of recommendations about formation of image in LLC Viva Studio.

Research methods: method of unity historical and logical, statistical method, graphical analysis.

The thesis is devoted to a research of the questions connected with formation of corporate image of the organization on the example of model agency.

The author of the thesis confirms that provided settlement and analytical material in it correctly and objectively reflects a condition of the studied process, and all theoretical and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are followed by references to their authors.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае 90 старонак, 18 малюнкаў, 36 табліц, 55 выкарыстаных крыніц, 4 прым.

ІМІДЖ, КАРПАРАТЫЎНЫ ІМІДЖ, КАШТОЎНАСЦІ, БАЧАННЕ, МІСІЯ, ФІРМОВЫ СТЫЛЬ, ПРАСОЎВАННЕ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, ПРЭЗЕНТАЦЫЯ, БЛОГАСФЕРА

Аб'ект даследавання – імідж ТАА «Віва Студыі».

Прадмет даследавання-працэс фарміравання іміджу кампаніі.

Мэта дадзенай працы складаецца ў распрацоўцы рэкамендацый па фарміраванні іміджу ў ТАА "Віва студыі".

Метады даследавання: метады адзінаства гістарычнага і лагічнага, статыстычны метады, Графічны аналіз.

Дыпломная праца прысвечана даследаванню пытанняў, звязаных з фарміраваннем карпаратыўнага іміджу арганізацыі на прыкладзе мадэльнага агенцтва.

Аўтар дыпломнай працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.