

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ДРОЗД
Артем Юрьевич

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОМПАНИЙ В СЕГМЕНТЕ РЫНКА
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ QUICK&CASUAL В Г. МИНСКЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент А.И. Соловьев

Допущена к защите

«__» _____ 2020 г.

Зав.кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью
доктор филологических наук, доцент И.В.Сидорская

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 55 страниц, 64 источника, 6 приложений.

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

Объект исследования – имидж заведений сферы общественного питания заведений общественного питания в сегменте Quick&Casual. *Предмет исследования* – эффективные инструменты построения имиджа заведений общественного питания в сегменте Quick&Casual, рассматриваемые на примере имиджеформирующей деятельности компаний – кафе «Garage», кофейни «Лаўка», гастропаба «Brooklyn».

Цель исследования – выявить особенности формирования имиджа компаний в сегменте рынка общественного питания Quick&Casual в г. Минске и предложить рекомендации по улучшению их имиджевой привлекательности.

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

Полученные результаты: определены общие и специфические свойства услуг общественного питания в сегменте Quick&Casual в г. Минске; установлена роль сферы общественного питания Quick&Casual в сервисном сегменте города; определены используемые инструменты, направленные на формирование имиджа заведений сегмента общественного питания Quick&Casual; оценено состояние и тенденции развития общественного питания в Республике Беларусь на современном этапе; проведен анализ способов формирования и продвижения 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.

Дрозд А.Ю.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Дыплом змяшчае: 55 старонак, 64 крыніцы, 6 дадаткаў.

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

Аб'ект даследавання – імідж устаноў сферы грамадскага харчавання устаноў грамадскага харчавання ў сегменце Quick & Casual. *Прадмет даследавання* – эфектыўныя прылады пабудовы іміджу устаноў грамадскага харчавання ў сегменце Quick & Casual, якія разглядаюцца на прыкладзе іміджеформіруючай дзейнасці кампаній – кафэ «Garage», каварня «Лаўка», гастрапаб «Brooklyn».

Мэта даследавання – выявіць асаблівасці фарміравання іміджу кампаній у сегменце рынку грамадскага харчавання Quick & Casual ў г. Мінску і прапанаваць рэкамендацыі па паляпшэнню іх іміджавай прывабнасці.

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

Атрыманыя вынікі: вызначаны агульныя і спецыфічныя ўласцівасці паслуг грамадскага харчавання ў сегменце Quick & Casual ў г. Мінску; вызначна роля сферы грамадскага харчавання Quick&Casual у сэрвісным сегменце горада; вызначаны выкарыстаныя інструменты, накіраваныя на фарміраванне іміджу устаноў сегмента грамадскага харчавання Quick&Casual; ацэнены стан і тэндэнцыі развіцця грамадскага харчавання на сучасным этапе; праведзены аналіз спосабаў фарміравання і прасоўвання 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.

Дрозд А.Ю.

ABSTRACT

The graduate work includes: 55 pages, 64 sources, 6 appendixes.

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

The object of research is the image of catering establishments in the catering establishments in the Quick & Casual segment. *The subject of the study* is effective tools for building the image of public catering establishments in the Quick & Casual segment, examined on the example of image-forming activities of the companies Garage, Lauka, Brooklyn.

The purpose of the study is to identify the features of image formation of companies in the segment of the Quick & Casual catering market in Minsk and offer recommendations for improving their image appeal.

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 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 analysis of the methods of formation and promotion in accordance with the requirements of the Belarusian institution of public catering.

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.

Drozd A.U. _____