

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

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

**Аннотация к дипломной работе**

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО  
«ПАРТНЕР АГРАРИЯ»)**

**НЕЛЕПКО Иван Александрович**

Научный руководитель:  
доцент Н.П. Пономарева

Минск, 2020

Дипломная работа: 64 с., 12 рис., 5 таб., 56 источников, 2 прил.

ИМИДЖ, КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ, РЕПУТАЦИЯ, ФОРМИРОВАНИЕ, ВНЕШНЯЯ СРЕДА, ПОТРЕБИТЕЛЬ, РЕКЛАМА, МИССИЯ, МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, КАЧЕСТВО

Цель исследования: разработка предложений по совершенствованию корпоративного имиджа ООО «Партнер агрария».

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- Изучить теоретические основы имиджа и его структура, процесс формирования имиджа организации;
- Дать характеристику предприятия и провести анализ существующего имиджа ООО «Партнер агрария»;
- Предложить пути совершенствования имиджа ООО «Партнер агрария»;

Объект исследования: имидж организации (ООО «Партнер агрария»).

Предмет исследования: формирование имиджа ООО «Партнер агрария».

Методы исследования: методы (анализ, синтез, метод сравнения, аналогии, обобщения), экономико-статистические, SWOT-анализ.

Исследования и разработки: рассмотрены понятие имиджа и его структура, процесс формирования имиджа организации, дана характеристика предприятия и проведен анализ существующего имиджа ООО «Партнер агрария», предложены пути совершенствования имиджа ООО «Партнер агрария».

Область возможного применения: ООО «Партнер агрария» и другие организации, работающие в данной сфере.

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

Thesis: 64 p., 12 Fig., 5 tab., 56 sources, 2 ADJ.

IMAGE, CORPORATE IMAGE, REPUTATION, FORMATION,  
EXTERNAL ENVIRONMENT, CONSUMER, ADVERTISING, MISSION,  
MARKETING, STRATEGY, QUALITY

The purpose of the research: to develop proposals for improving the corporate image of Partner Agraria LLC.

In order to achieve this goal, the author set the following tasks:

- Study the theoretical foundations of the image and its structure, the process of forming the image of the organization;
- Give a description of the company and analyze the existing image of Partner Agraria LLC»;
- Suggest ways to improve the image of Partner Agraria LLC»;

The object of the research: the image of the organization (OOO "Partner farmers").

Subject of research: formation of the image of Partner Agraria LLC.

Research methods: methods (analysis, synthesis, comparison method, analogies, generalizations), economic and statistical, SWOT analysis.

Research and development: the concept of the image and its structure, the process of forming the image of the organization, given the characteristics of the enterprise and analyzes the image of the company "Partner farmers", is proposed to improve the image of the company "the Partner of a farmer".

The area of possible applications: OOO "Partner farmers" and other organizations working in this field.

The author of the work confirms that the calculation and analytical material provided in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 64 с., 12 мал., 5 таб., 56 крыніц, 2 прым.

ІМІДЖ, КАРПАРАТЫЎНЫ ІМІДЖ, РЭПУТАЦЫЯ, ФАРМІРАВАННЕ, ЗНЕШНЯЯ СЕРАДА, СПАЖЫВЕЦ, РЭКЛАМА, МІСІЯ, МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ, ЯКАСЦЬ

Мэта даследавання: распрацоўка прапаноў па ўдасканаленні карпаратыўнага іміджу ТАА "партнёр аграрыя".

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўленыя наступныя задачы:

- Вывучыць тэарэтычныя асновы іміджу і яго структура, працэс фарміравання іміджу арганізацыі;
  - Даць характарыстыку прадпрыемства і правесці аналіз існуючага іміджу ТАА "партнёр аграрыя»;
  - Прапанаваць шляхі ўдасканалення іміджу ТАА "партнёр аграрыя»;
- Аб'ект даследавання: імідж арганізацыі (ТАА «Партнёр аграрыя»).

Прадмет даследавання: фарміраванне іміджу ТАА "партнёр аграрыя".

Метады даследавання: метады (аналіз, сінтэз, метады параўнання, аналогіі, абагульнення), эканоміка-статыстычныя, SWOT-аналіз.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны паняцце іміджу і яго структура, працэс фарміравання іміджу арганізацыі, дадзена характарыстыка прадпрыемства і праведзены аналіз існуючага іміджу ТАА «партнёр аграрыя», прапанаваны шляхі ўдасканалення іміджу ТАА «партнёр аграрыя».

Вобласць магчымага прымянення: ТАА "партнёр аграрыя" і іншыя арганізацыі, якія працуюць у гэтай сферы.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены у ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а все запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.