

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА ФИНАНСОВ И МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация к дипломной работе

**ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ИООО «ЛУКОЙЛ БЕЛОРУССИЯ»)**

ТАРНОВСКАЯ Елизавета Игоревна

**Руководитель
Лемешевский Иван Михайлович,
доктор экономических наук, профессор**

Минск, 2021

Дипломная работа: 90 с., 13 таб., 50 источников, 3 прил.

ИМИДЖ, ВНУТРЕННИЙ ИМИДЖ, ВНЕШНИЙ ИМИДЖ,
РЕПУТАЦИЯ, МОТИВАЦИЯ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ,
РЕКЛАМНЫЕ СРЕДСТВА, PR-МЕРОПРИЯТИЯ

Цель исследования: анализ формирования имиджа организации (на примере ИООО «ЛУКОЙЛ Белоруссия»).

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы формирования имиджа организации;
- проанализировать формирование имиджа организации на примере ИООО «ЛУКОЙЛ Белоруссия»;
- установить пути совершенствования имиджа организации на примере ИООО «ЛУКОЙЛ Белоруссия».

Объектом исследования является формирование имиджа организации.

Предметом исследования выступает деятельность по созданию и поддержанию имиджа ИООО «ЛУКОЙЛ Белоруссия».

Методы исследования: системный подход, анализ, синтез, сравнение, индукция и дедукция, позволяющие представить наиболее существенные черты изучаемых явлений и процессов.

Исследования и разработки: рассмотрены теоретические основы формирования имиджа организации; проанализировано формирование имиджа организации на примере ИООО «ЛУКОЙЛ Белоруссия»; сформулированы пути совершенствования имиджа организации на примере ИООО «ЛУКОЙЛ Белоруссия», дана оценка ожидаемого экономического эффекта от мероприятий по совершенствованию имиджа организации.

Область возможного применения: в деятельности отделов реализующих мероприятия по совершенствованию имиджа ИООО «ЛУКОЙЛ Белоруссия».

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: 90 p., 13 tab., 50 sources, 3 ADJ.

IMAGE, INTERNAL IMAGE, EXTERNAL IMAGE, REPUTATION,
MOTIVATION FOR WORK, ADVERTISING TOOLS, PR EVENTS

The purpose of the study: analysis of the organization's image formation (on the example of the LUKOIL).

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

- consider the theoretical foundations of the organization's image formation;
- analyze the formation of the organization's image on the example of the LUKOIL;
- establish ways to improve the organization's image on the example of the LUKOIL.

The object of research is the formation of the organization's image.

The subject of the research is the activity of creating and maintaining the image of the LUKOIL.

Research methods: system approach, analysis, synthesis, comparison, induction and deduction, allowing to present the most significant features of the studied phenomena and processes.

Research and development: the theoretical foundations of the organization's image formation are considered; the organization's image formation is analyzed on the example of the LUKOIL; ways to improve the organization's image are formulated on the example of the LUKOIL; the expected economic effect of measures to improve the organization's image is estimated.

Scope of possible application: in the activities of departments that implement measures to improve the image of the LUKOIL.

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: 90 с., 13 таб., 50 крыніц, 3 прым.

ІМІДЖ, ЎНУТРАНЫ ІМІДЖ, ЗНЕШНІ ІМІДЖ, РЭПУТАЦЫЯ, МАТЫВАЦЫЯ ПРАЦОЎНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ, РЭКЛАМНЫЯ СРОДКІ, PR-МЕРАПРЫЕМСТВЫ

Мэта даследавання: аналіз фарміравання іміджу арганізацыі (на прыкладзе ІТАА «ЛУКОЙЛ Беларусія»).

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўленыя наступныя задачы:

- разгледзець тэарэтычныя асновы фарміравання іміджу арганізацыі;
- прааналізаваць фарміраванне іміджу арганізацыі на прыкладзе ІТАА «ЛУКОЙЛ Беларусія»;
- устанавіць шляхі ўдасканалення іміджу арганізацыі на прыкладзе ІТАА «ЛУКОЙЛ Беларусія».

Аб'ектам даследавання з'яўляецца фарміраванне іміджу арганізацыі.

Прадметам даследавання выступае дзейнасць па стварэнні і падтрыманні іміджу ІТАА «ЛУКОЙЛ Беларусія».

Метады даследавання: сістэмны падыход, аналіз, сінтэз, параўнанне, індукцыя і дэдукцыя, якія дазваляюць прадставіць найбольш істотныя рысы вывучаюцца з'яў і працэсаў.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя асновы фарміравання іміджу арганізацыі; прааналізавана фарміраванне іміджу арганізацыі на прыкладзе ІТАА «ЛУКОЙЛ Беларусія»; сфармуляваны шляхі ўдасканалення іміджу арганізацыі на прыкладзе ІТАА «ЛУКОЙЛ Беларусія», дадзена ацэнка чаканага эканамічнага эфекту ад мерапрыемстваў па ўдасканаленні іміджу арганізацыі.

Вобласць магчымага прымянення: у дзейнасці аддзелаў рэалізуюць мерапрыемствы па ўдасканаленні іміджу ІТАА «ЛУКОЙЛ Беларусія».

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.