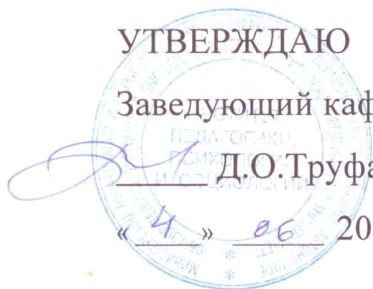


Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра социологии

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Д.О.Труфанов
« 4 » « 06 » 2016 г.



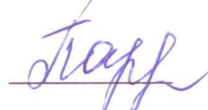
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

030602.65 Связи с общественностью

Продвижение имиджа (на примере ООО УК «ВИТИМ»)

Научный руководитель  доцент, канд. филос. наук. А.С. Новиков

Выпускник



О.О. Парфёнова

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОРА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	5
1.1 Понятие имиджа предприятия и его виды.....	5
1.2 Основные этапы и технологии продвижения имиджа предприятия	13
2 ОЦЕНКА И АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «УК ВИТИМ»	20
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия	20
2.2 Оценка и анализ системы формирования и продвижения имиджа предприятия	30
3 РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «УК ВИТИМ»	38
3.1 Мероприятия по продвижению имиджа предприятия	38
3.2 Социально-экономическое обоснование предложенных мероприятий	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	48
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	51
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	56

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность дипломной работы заключается в том, что сегодня в условиях жесточайшей рыночной конкуренции достижению успеха любого предприятия в значительной степени способствует его положительный имидж, который в общественном сознании представляет собой определенную ценность в деятельности предприятия. Но, часто случается так, что предприятие имеет положительный имидж, при этом лишь незначительная часть целевой группы знает об этом. В этой ситуации наиболее эффективным является комплекс мероприятий, направленных на формирование имиджа предприятия и взаимодействие с целевой аудиторией, именуемый как продвижение имиджа.

Отметим, что имидж представляет собой целенаправленно сформированный образ предприятия, наделяющий его индивидуальными чертами и придающий определенную значимость для окружающих.

В современных условиях хозяйствования формирование имиджа предприятия происходит ради достижения его главных целей за счет создания в сознании различных целевых групп образа, обеспечивающего благоприятное отношение и приверженность к его товарам, услугам, а также деятельности в целом. Следовательно, наличие положительного имиджа предприятия обеспечивает как привлечение новых клиентов, так и удержание постоянных, что в свою очередь обеспечивает достижение устойчивого и продолжительного делового успеха предприятия. Можно сделать вывод, что актуальную значимость сегодня приобретает проблема формирования и продвижения имиджа предприятия.

Разработанность дипломной работы. Важность имиджа для успешной деятельности предприятия стимулирует различные исследования на данную тему. Среди зарубежных авторов, разработки которых посвящены формированию и продвижению имиджа предприятия, необходимо указать таких специалистов как: Ф. Котлер, Б. Джи, Д. Бурстин и др.

Отечественные исследования также имеют свой вклад в развитие данной темы. Среди отечественных специалистов необходимо выделить таких как: Е.М. Баканкова, И.С. Важенина, О.В. Гордеева, М.Р. Душкина, К.С. Каменская, Е.С. Качура, М.В. Мухина, Е.В. Родионова, И.Ю. Романова, Ю.А. Старикова, М.В. Томилова, А.А. Угрюмова, В.А. Федорова и др.

Цель дипломной работы – разработка мероприятий по продвижению имиджа ООО УК «Витим».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие имиджа предприятия и его виды;
2. Представить основные этапы и технологии продвижения имиджа предприятия;
3. Рассмотреть организационно-экономическую характеристику деятельность предприятия ООО УК «Витим»;
4. Оценить и проанализировать систему формирования и продвижения имиджа ООО УК «Витим»;
5. Разработать мероприятия по продвижению имиджа предприятия;
6. Представить социально-экономическое обоснование предложенных мероприятий.

Объектом исследования дипломной работы является имидж ООО УК «Витим». Предметом исследования дипломной работы является продвижение имиджа ООО УК «Витим».

В процессе исследования были использованы общие и специальные методы исследования. Среди общих методов: наблюдение, сравнение, анализ. Среди специальных методов был использован системный анализ, стратегический анализ, методы экспертных оценок и др.

Структура дипломной работы состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографического списка и содержит 59 страниц, включая 19 таблиц, 6 рисунков и 2 приложения. Библиографический список содержит 47 источников.