ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

Министерство образования и науки Российской федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Уральский государственный педагогический университет»

ИМИДЖЕЛОГИЯ:

создание корпоративного имиджа

Учебное пособие

Екатеринбург 2015

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

ɳqdqɏeɎ bɆ dəqɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

УДК 005.336.6 (075.8)
ББК с842я7
И 52

Рекомендовано Ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Уральский государственный педагогический университет» в качестве учебного издания (Решение № 430 от 19.11.2015)

Рецензенты:

Прямикова Е.В., доктор социологических наук, заведующий кафедрой социологии и политологии УрГПУ.

Деникаева О.В., кандидат социологических наук.

Шалагина Е.В.

И 52 Имиджелогия: создание корпоративного имиджа/ Е.В.Шалагина; ФГБОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т». – Екатеринбург, 2015. – 112 с.

ISBN 978-5-7186-0714-7

В пособии в краткой форме изложены основы корпоративного делового имиджирования. По каждой теме представлены вопросы для контроля знаний и литература, а также алгоритмы самостоятельной и практической работы студентов, методические опорные материалы.

Пособие подготовлено на кафедре социологии и политологии УрГПУ, предназначено для студентов специальностей «Социология», «Политология», «Организация работы с молодежью», «Обществознание».

УДК 005.336.6 (075.8)
ББК с842я7

ISBN 978-5-7186-0714-7

© Шалагина Е. В., 2015
© ФГБОУ ВПО «УрГПУ», 2015

ɳqdqɏeɎ bɆ dəqɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

ŋqddqyeɅ bƎ dəbƎbɅзe d ɐɔɐqɔɅ ɈqddɅqyè

Оглавление

Введение…………………………………………………………………………5

Раздел 1 ИМИДЖ И ЕГО РОЛЬ В ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ 7

Тема 1 От имиджа к стилю: понятие и функции 7

Контрольные вопросы и задания .... .19

Литература к теме.. .19

Методические материалы ……………………………………………20

Раздел 2 КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ – ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ 25

Тема 2 Концептуальные модели корпоративного имиджа……………….25

Контрольные вопросы и задания 30

Литература к теме.. 30

Методические материалы ………………………………………………….31

Тема 3 КОРПОРАТИВНАЯ РЕПУТАЦИЯ В СИСТЕМЕ ИМИДЖИРОВАНИЯ 33

Контрольные вопросы и задания 48

Литература к теме.. 48

Методические материалы…………………………………………………...49

Тема 4 КОРПОРАТИВНАЯ ФИЛОСОФИЯ.. 51

Контрольные вопросы и задания 65

Литература к теме.. 66

Методические материалы……………………………………………………66

Тема 5 ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ 69

Контрольные вопросы и задания 81

Литература к теме.. 82

Методические материалы……………………………………………………82

Тема 6 ВНУТРЕННИЙ ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ 87

ŋqddqyeɅ bƎ dəbƎbɅзe d ɐɔɐqɔɅ ɈqddɅqyè

ŋqdqɐeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɐ Ɉqddɏqɐè

Контрольные вопросы и задания 93
Литература к теме 93
Методические материалы……………………………………………….93
Тема 7 СОХРАНЕНИЕ И ЗАЩИТА ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ 95
Контрольные вопросы и задания 102
Литература……………………………………………………………..102
Методические материалы……………………………………………...103
Темы рефератов и курсовых работ……………………………………106

ŋqdqɐeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɐ Ɉqddɏqɐè

ђqqqyeY bƎ debƎbYse d esaqcoy ϶qqqYqyè

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность теоретических исследований и практической работы в области имиджирования сегодня не вызывает сомнения. В современной культуре позитивный корпоративный имидж и сознательно формируемый персональный деловой имидж стали важными составными частями культуры делового общения. Позитивный имидж воспринимается как важная и необходимая составная часть нематериальных активов преуспевающих организаций. Признано влияние корпоративного имиджа на реализацию интересов организации среди целевых аудиторий. Персональный деловой имидж на современном рынке труда с его высокой конкуренцией становится важным фактором успешной карьеры наряду с образованием и профессиональным опытом.

Объектом внимания в настоящем учебном пособии являются основы технологии делового имиджирования. Цель пособия – познакомить студентов и всех интересующихся с основами формирования корпоративного делового имиджа организации. Поставленная цель реализуется посредством решения следующих задач:

– раскрыть основы понятийного аппарата имиджирования (имидж; репутация; компоненты, факторы и атрибуты имиджа; субъекты имиджирования; корпоративный имидж; профессиональный имидж и т. д.);

– показать роль имиджирования в деловой жизни;

– раскрыть современную концепцию имиджа и имиджирования;

– дать анализ современных подходов к взаимосвязи корпоративного имиджа и корпоративной репутации;

– показать методы и средства корпоративного делового имиджирования;

– раскрыть аспекты сохранения и поддержания корпоративного имиджа как предотвращения нежелательных для имиджа организации действий, исходящих из внешней и внутренней среды;

ђqqqyeY bƎ debƎbYse d esaqcoy ϶qqqYqyè

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ ɈqddɎqɏè

11. Проблема соотношения имиджевых и этикетных требований в бизнес-сфере.
12. Роль корпоративной культуры в формировании имиджа фирмы.
13. Имидж как объект моделирования. Алгоритмы формирования имиджа.
14. Визуальное, вербальное, событийное, контекстное измерения имиджа.
15. Инструментарий имиджелогии. Типология средств создания имиджа. Условия и границы их применения и т.п.
16. Проблема соотношения субъекта и контекста в имиджевом решении.
17. Мифологизация как инструмент формирования имиджа (политика, шоу-бизнес, брендинг).
18. Роль стереотипов в создании и восприятии имиджа.
19. Проблема визуализации имиджа.
20. Роль репутации в формировании имиджа.
21. Проблема оценки составляющих корпоративного имиджа.
22. Соотношение корпоративной философии и корпоративного имиджа: теоретический и прикладной аспекты.
23. Социальный имидж организации.
24. Бизнес-имидж организации.
25. Образ российского бизнеса: пути становления и проблемы.
26. Роль PR в формировании позитивного корпоративного имиджа.
27. Роль аудитории (обратной связи с аудиторией) в формировании (управлении) имиджа.
28. Корпоративный имидж: сущность, функции, структура, стратегия формирования.
29. Корпоративный имидж и репутация.
30. Социальный имидж организации: анализ конкретного примера.
31. Имидж города (региона): определение необходимых элементов, закономерности их взаимодействия, соотношение стихийного и рационально-формируемого имиджей.

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ ɈqddɎqɏè

ŋqdqꞥeɎ bɆ dəqɆbɎɜə d ɕɔɑbɔꞥ Ɉqdqɏqꞥè

32. Социокультурные составляющие имиджа современного российского города (архитектура, история, символика, реклама, организация пространства, экология и т.п.).
33. Имидж в науке.
34. Имидж культурно-образовательного учреждения .
35. Имидж общественного (религиозного) движения.
36. Роль имиджа в туристическом бизнесе.
37. Управление имиджем (на примере организации или персоны).
38. Проблемы антикризисного управления имиджем.
39. Сайт как средство формирования (управления) имиджа.
40. Мониторинг сформированного имиджа. Пути и средства корректировки имиджа.
41. Фирменный стиль как средство создания визуального имиджа организации.
42. Пути и методы оптимизации текущего имиджа.
43. Нейтрализация последствий воздействия «черного» PR средствами имиджбилдинга.
44. Акция как средство управления имиджем. Методы разработки и реализации сценария акции.
45. Имидж и образ: соотношение имиджмейкинга и рекламной деятельности.
46. Этические и коммуникативные проблемы имиджмейкинга.

ŋqdqꞥeɎ bɆ dəqɆbɎɜə d ɕɔɑbɔꞥ Ɉqdqɏqꞥè

ŋqdqɐeɎ bɆ dәdɆbɎɜә d ɕɔɑbɔɐ Ɉqddɏqɐè

Научное издание

Шалагина Елена Владимировна

ИМИДЖЕЛОГИЯ:

создание корпоративного имиджа

Учебное пособие

Компьютерная вестка автора

Подписано в печать . .2015 Формат 60х84 1/16
Бумага для множительных аппаратов. Печать на ризографе.
Усл.п.л. 6, 75 п.л.. Тираж 100 экз. Зак. ____
Тираж отпечатан в отделе множительной техники
Уральского государственного педагогическогоо университета
620017 Екатеринбург, просп. Космонавтов, 26
e-mail: uspu.ru

ŋqdqɐeɎ bɆ dәdɆbɎɜә d ɕɔɑbɔɐ Ɉqddɏqɐè