

**РАЗРАБОТКА ИМИДЖА  
ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ  
В МАЛОМ ПРОМЫШЛЕННОМ  
ГОРОДЕ**



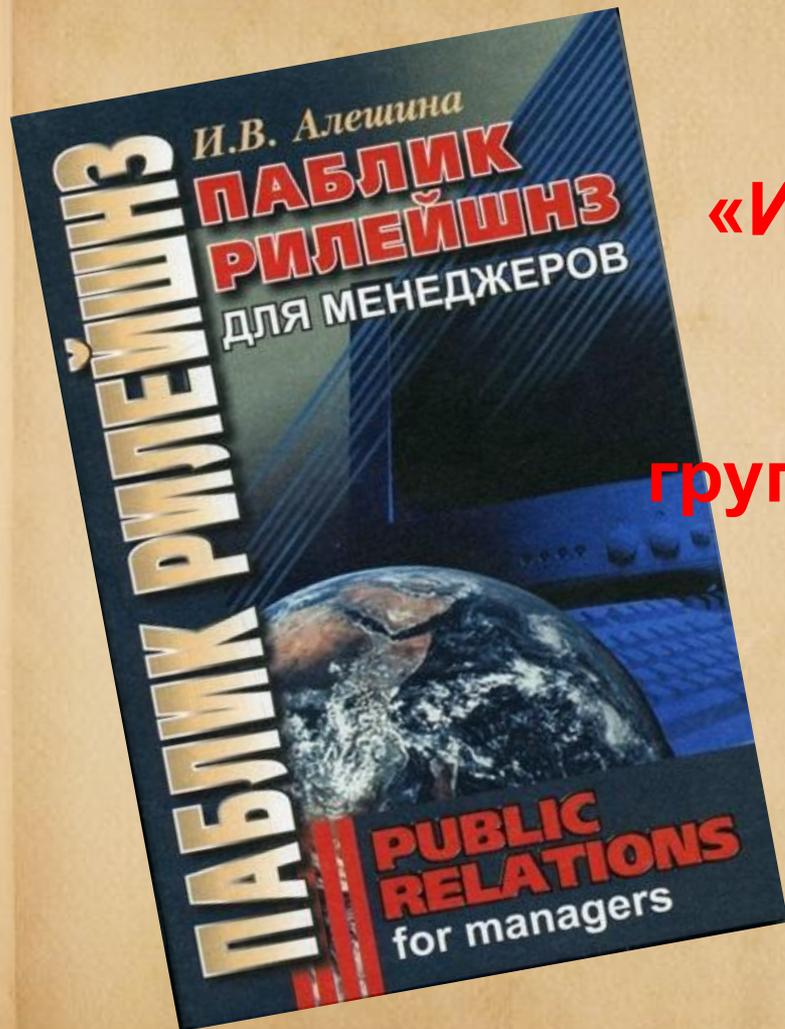
*Презентацию выполнила Мальцева Ирина*



**В России стремительно происходит развитие малого бизнеса**



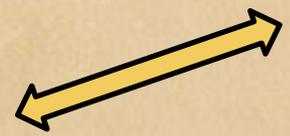
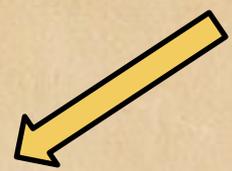
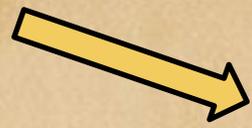
**Как следствие наблюдается рост конкуренции**



«Имидж — это образ  
организации в  
представлении  
групп общественности»

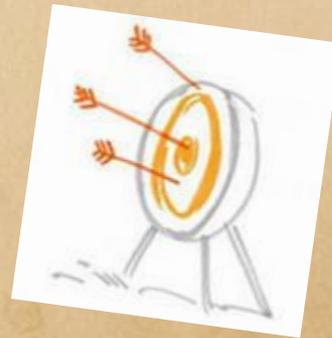
ИМИДЖ +

♥ Магазин «Надежда»



# ЦЕЛЬ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Анализ основ формирования имиджа и разработке рекомендаций по формированию имиджа торгового предприятия «Надежда» в малом промышленном городе.



# Задачи

1. Рассмотреть теоретические аспекты создания имиджа фирмы: изучение понятия «имидж», его функции и задачи, структуру и виды имиджа.
2. Разобрать способы формирования имиджа предприятия.
3. Рассмотреть общие сведения о предприятии «Надежда», характеристику рынка и конкурентов.
4. Исследовать формирование и поддержание имиджа предприятия «Надежда».

# **СТРУКТУРА ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ:**

## **ВВЕДЕНИЕ**

**Глава 1 – теоретическая часть**

**Глава 2 – практическая часть**

**Заключение**

**Список источников**

**Приложения**

# Объект исследования:

Имидж торгового предприятия  
«Надежда»

# Предмет исследования:

Процесс формирования и  
поддержания имиджа торгового  
предприятия «Надежда»

# Гипотеза исследования:

Соответствие имиджа предприятия реализуемой стратегии организации является необходимым условием эффективного развития фирмы





Панасюк А.Ю.



Тульчинский Г.Л.



Шепель В.М.



Королько В.  
Г.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Возможность применения рекомендаций руководством ИП «Надежда», а также данная работа может быть интересна маркетологам, менеджерам, PR-специалистам и прочим, заинтересованным в рассматриваемом вопросе лицам

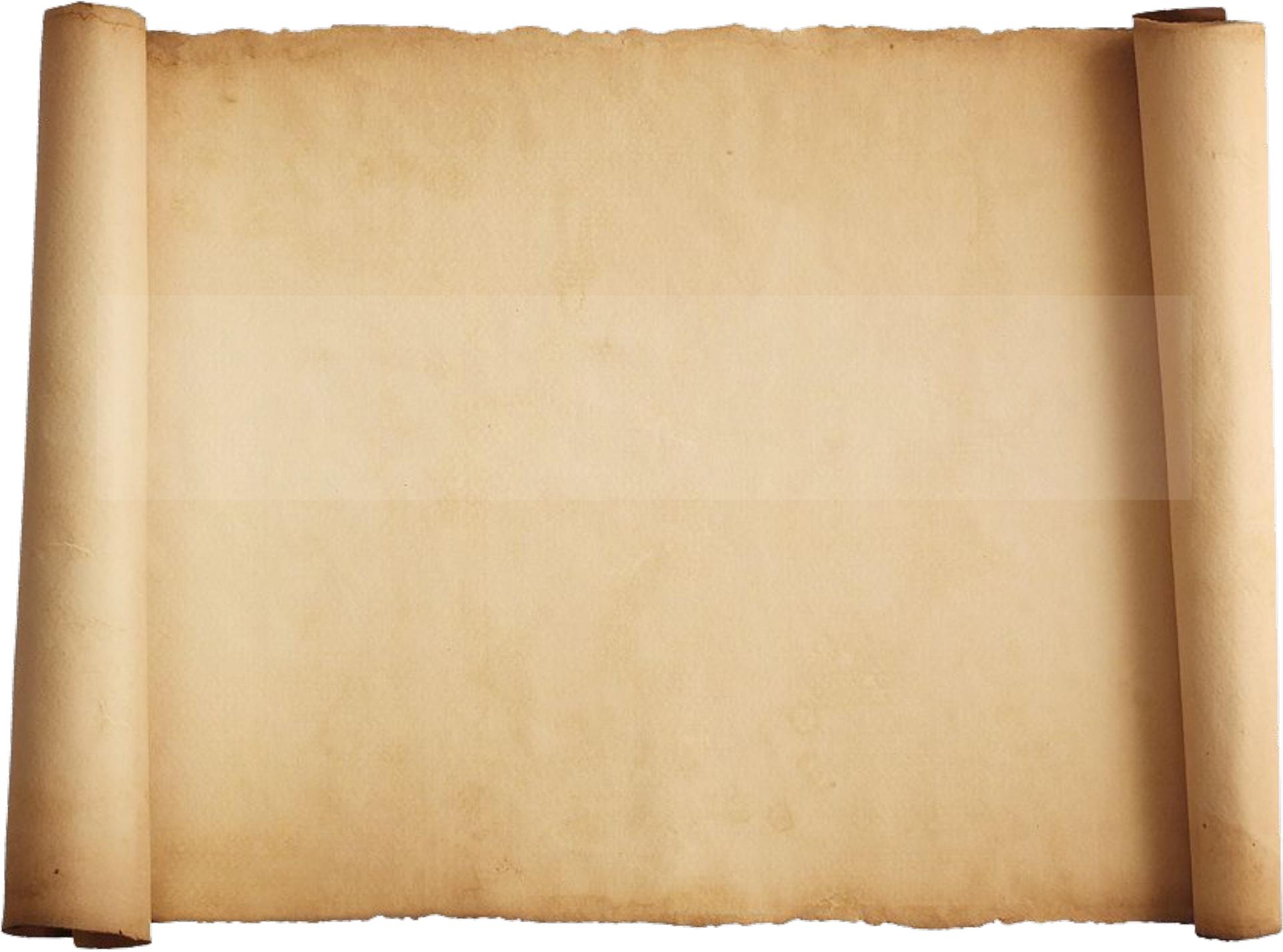


# ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА



# Презентация





**Спасибо за внимание**

