



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

PR-технологии формирования имиджа
предприятия сферы услуг на примере ООО
«Фонтанка 51»

Выполнила
ФИО

Научный руководитель
К.филол.н., доц.Чибисова Е.А.

Санкт-Петербург
2021

WWW.UNECON.RU

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

Цель выпускной квалификационной работы проанализировать имидж и все аспекты, связанные с ним, выявить недостатки и разработать перечень рекомендаций для улучшения имиджа и корпоративной культуры гостиничного предприятия, опираясь на использование PR технологий.

Поставлены следующие задачи:

1. Исследовать феномен существования малобюджетных гостиничных предприятий и описать его роль в современном мире.
2. Выявить современные технологии, применяемые для создания и поддержания имиджа компании.
3. Дать характеристику деятельности базисного субъекта ООО «Фон-танка 51».
4. Провести анализ деятельности компании по теме диплома.
5. Разработать рекомендации по формированию и продвижению

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

- Выпускная квалификационная работа состоит из 71 страниц: введения, двух глав, объединяющих четырнадцать параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений А, Б, В, Г, Д, Е, Ж, И, К..

ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования данной дипломной работы является имидж организации.

Предмет исследования – выступают PR-технологии по формированию имиджа объекта.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ГЛАВА: ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Таким образом, в настоящее время в условиях рыночной экономики благоприятный корпоративный имидж становится необходимостью для достижения устойчивого и продолжительного успеха организации. Во-первых, он дает организации определенную силу, которая приводит к снижению чувствительности компании к переменам в сфере экономики и политики. Во-вторых, защищает предприятие от конкурентов и укрепляет ее позиции. И, наконец, облегчает доступ компании к ресурсам разного рода: финансовым, социальным, информационным.

SWOT-анализ

Внутренние факторы

Сильные стороны

- 1) расположение в центре города;
- 2) собственное помещение;
- 3) квалифицированный персонал (в совершенстве владение английским языком);
- 4) предоставление дополнительных услуг;
- 5) достаточное количество мест размещения;
- 6) возможность бронирования места на сайте хостела;
- 7) наличие кухни, зоны отдыха и работы;
- 8) соответствие цены и качества предоставляемых услуг;
- 9) наличие регулярно обновляемых социальных сетей;
- 10) размещение групп до 64 человек;
- 11) гибкая ценовая политика и система скидок

Слабые стороны

- 1) недостаточная известность хостела;
- 2) неэффективное SMM;
- 3) низкое информационное обеспечение;
- 4) слабая корпоративная культура

Внешние факторы

Возможности

- 1) усиление рекламной кампании;
- 2) смена бренда (повышение имиджа компании);
- 3) разработка программы

Угрозы

- 1) экономический кризис
- 2) увеличение преимуществ со стороны конкурентов;
- 3) потеря сотрудников

В современных условиях нужны противоположные методы и инструменты:

взаимодействие друг с другом, что позволяет создать приятный, эффективный рабочий процесс;

поддержка, позитивное подтверждение. Этот метод – это сбор и подтверждение успешных результатов. Например, на общем собрании можно поделиться успехами за неделю, хорошими новостями;

единое информационное пространство. Все должны знать, что происходит в компании, какие цели и задачи стоят на кону;

геймификация. Работа – это игра по определенным правилам, с та-кими же призами и соперниками;

корпоративные мероприятия

Для коррекции недостатков, влияющих на имидж гостиничного предприятия, можно выделить следующие рекомендации:



повысить эффективность работы социальных сетей;

повысить эффективность работы SMM;

проведение конкурсов, реклама;

повысить качество прямой адресной рассылки;

проводить совместные корпоративные вечеринки по случаю календарных праздников и особых праздников компании;

проведение тренингов и собраний, направленных на улучшение внутренних коммуникаций

Отзывы клиента



It was a good experience staying in here, the rooms and beds are comfortable, plus it has an amazing view of the fontanka river. The service was also very good and they have laundry service. It is also a centric location with bars and restaurants close, also very close from the main street.



Like





САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

WWW.UNECON.RU
