**Вопросы к итоговому контролю**

**по дисциплине «Основы создания имиджа предприятий индустрии моды и красоты» для студентов направления подготовки**

**43.03.01 «Сервис» очной и заочной форм обучения**

1. Основные понятие имиджа организации, основное содержание.
2. Классификация имиджа организации, функции.
3. Понятие, структура и функции корпоративной культуры.
4. Управление корпоративной культурой.
5. Технология конструирования корпоративного имиджа.
6. Этапы формирования корпоративного имиджа.
7. Инструментарий, используемый при формировании имиджа.
8. Правила построения положительного имиджа.
9. Классификация имиджа с точки зрения факторов его образующих.
10. Габитарный имидж.
11. Вербальный имидж.
12. Средовый имидж.
13. Овеществленный имидж.
14. Кинетический имидж.
15. Базовые модели имиджа предприятия: семикомпонентная модель и десятикомпонентная модель.
16. Элементы внешней среды, оказывающие влияние на процесс формирования имиджа предприятия.
17. Типологии имиджа предприятия.
18. Требования к персоналу и его корпоративной культуре как условию эффективности формирования положительного имиджа.
19. Роль связей с общественностью и массовых коммуникаций в формировании имиджа и репутации организации.
20. Повышение потребительского спроса и уровня узнаваемости организации с помощью связей с общественностью.
21. Методы оценки эффективности: количественные и качественные.
22. Контент-анализ и метод экспертного опроса.
23. Определение значений типа GRP (Gross Rating Point - сумма рейтингов общей аудитории) и TRP (Target Rating Point - сумма рейтингов целевой аудитории).
24. Внешняя и внутренняя мотивация по созданию имиджа.
25. Изменчивость и устойчивость имиджа
26. Бренд-менеджмент в управлении имиджем организации индустрии моды и красоты
27. Атрибуты и факторы делового имиджа
28. Традиционная модель корпоративного имиджа предприятия
29. Современная модель корпоративного имиджа предприятия
30. Техники возвышения имиджа предприятия.

К.соц.н., доцент А.С. Петренко