Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/referat/274593

Тип работы: Реферат

Предмет: Введение в бизнес

Введение 3
Глава 1. Теоретические основы имиджа в бизнесе: понятие и значение 5
1.1. Сущность, понятие имиджа, его задачи 5
1.2. Функции и структура имиджа 8
Глава 2. Имидж деловой женщины 13
2.1. Компоненты имиджа деловой женщины 13
2.2. Манера поведения деловой женщины 18
Заключение 23
Список использованной литературы 25

Введение
Актуальность. В настоящее время на российском рынке функционируют компании различной направленности, относящиеся к малому, среднему и большому бизнесу. С каждым днем конкурентная борьба, на каждой из отраслей рынка, только усиливается. Компании, способные быстро преобразовываться и предвидеть перспективы развития, не упускают возможности, предоставляемые рынком, и продолжают функционировать с еще большей степенью известности, становясь лидерами рынка. Организации, являющиеся новичками в рыночной сфере, в кризисный момент вынуждены либо приостановить свою деятельность, либо воспользоваться ситуацией и укрепить свое положение. Удерживать свои позиции в условиях современного рынка организациям помогает не только правильная политика и умение выйти из кризиса, основой сохранения организации может стать и нематериальный актив. Именно поэтому, одним из важнейших показателей существования компании на рынке является ее имидж. Особенно, это касается организаций, чей имидж имеет наиболее важное значение, исходя из ее специфики.
Многие авторы справедливо утверждают, что формирование имиджа организации является важнейшим условием укрепления конкурентных позиций, способствует ее успешной деятельности в долгосрочной перспективе, подчеркивает компетентность менеджмента, способствует повышению уровня известности. Имидж облегчает распознавание продукции организации на рынке и отражается на уровне продаж. Однако создание положительного имиджа и устойчиво позитивной репутации организации представляет собой сложный и длительный процесс, складывающийся из создания фирменного стиля, определения социально-значимой роли организации, ее индивидуальности и идентичности. Именно эти факторы зачастую становятся определяющими в рыночной среде, обеспечивая общественный рейтинг организации и, в конечном счете, ее финансовый успех.

1. Алехина, И.Я. Имидж и этикет делового человека / Алехина, И. Я. - М.: Дело, 2019. - 112 с.
2. Анискин, Ю.П. Основы бизнеса: Учебник / Ю.П. Анискин. - М.: Омега-Л, 2017. - 47 с.
3. Горчакова, В. Г. Имиджелогия. Теория и практика / В.Г. Горчакова. - М.: Юнити-Дана, 2020. - 336 с.
4. Имиджелогия: создание корпоративного имиджа/ Е.В.Шалагина; ФГБОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т». – Екатеринбург, 2019. – 112 с.
5. Почепцов, Г.Г. Имиджелогия / Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук, 2018. - 704 с.
6. Рубин, Ю.Б. Основы бизнеса: Учебник / Ю.Б. Рубин. - М.: МФПУ Синергия, 2018. - 320 с.
7. Сергеев, А.П. Основы бизнеса (предпринимательства) (для бакалавров) / А.П. Сергеев. - М.: КноРус, 2020. - 440 с.
8. Спивак, В.А. Деловая этика: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А. Спивак. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 523 с.
9. Имидж деловой женщины – [Электронный ресурс] https://training-partner.ru/staty/imidzh-delovoj-zhenshhiny.html (дата обращения 24.05.2022)

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/referat/274593