

## Практичне завдання №5

### *Проаналізуйте особливості формування та популяризації корпоративного іміджу на прикладі конкретної компанії/організації:*

- визначення основних груп, на які орієнтований імідж (споживачі, партнери, інвестори, працівники);
- опис основних очікувань цих груп щодо іміджу компанії;
- характер і стиль комунікації з аудиторією (клієнтами, потенційними прихильниками тощо);
- інструменти популяризації корпоративного іміджу;
- образ персоналу, членів компанії, групи (громадська думка про їх кваліфікацію, професійні та особисті якості, стиль поведінки й зовнішній вигляд, віковий і статевий склад);
- уявлення про стиль компанії чи групи (її роль і місце на ринку / в соціумі, наявність власної політики, характер і зміст її зв'язків із зовнішніми об'єктами);
- соціальна відповідальність та участь у суспільно значущих проектах;
- імідж галузі, до якої належить компанія, конкурентне середовище;
- загальна атмосфера в компанії / групі, рівень корпоративної культури (психологічний клімат у місцях прямих контактів чи продажів, офісах і приміщеннях для прийому відвідувачів);
- дизайн будівель і приміщень;
- візуальні атрибути самобутності, зовнішня атрибутика: це елементи, що належать до іміджевої символіки (назва, герб, гімн, прапор, традиції, уніфікована форма одягу, логотип, слоган, девіз тощо).

*Надайте рекомендації стосовно оптимізації конструювання позитивного іміджу обраної організації.*