

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

- характер і стиль стосунків з аудиторією (клієнтами, потенційними виборцями, прихильниками тощо);
- образ персоналу, членів компанії, партії, 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);
- загальна атмосфера в компанії / партії / групі, рівень корпоративної культури (психологічний клімат у місцях прямих контактів чи продажів, офісах і приміщеннях для прийому відвідувачів);
- дизайн будівель і приміщень;
- цифрова присутність - аналіз активності у соціальних мережах, зручність сайту/додатку, швидкість реакції на коментарі та робота з негативом;
- соціальна місія та цінності компанії;
- візуальні атрибути самобутності, зовнішня атрибутика: це елементи, що належать до іміджевої символіки (назва, герб, гімн, прапор, традиції, уніфікована форма одягу, логотип, слоган, девіз тощо).

Порівняння з 1-2 ключовими конкурентами. У чому головна відмінність (USP - Unique Selling Proposition)?

Надайте рекомендації стосовно оптимізації конструювання позитивного іміджу обраної організації.

Завдання має містити візуальний компонент та виконується у форматі електронної презентації, допису чи відео.