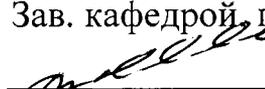


БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

 В.Ф. Володько

«20» июня 2020 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**РЕПУТАЦИЯ БНТУ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕЧЕНИЯ  
АБИТУРИЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ**

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Направление специальности: 1-26 02 02-02 Менеджмент (социально-  
административный)

Студент-дипломник, гр. 10801316



В.В. Гулин

Руководитель, доцент



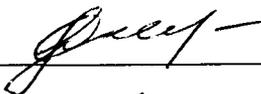
Ф.И. Юсубов

Консультант, доцент



Ф.И. Юсубов

Консультант по технологической  
части, доцент



О.М. Володько

Ответственный за нормоконтроль,  
ст.преподаватель



И.В. Унукович

Объем работы:

дипломная работа – 92 страницы;

графическая часть – 9 листов;

цифровые носители – 1 диск.

Минск 2020

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 92 стр., 12 рисунков и схем, 21 таблица,  
18 использованных источников

### РЕПУТАЦИЯ ВУЗА, ПОТРЕБИТЕЛИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕПУТАЦИИ ВУЗА, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВУЗА, ИМИДЖ

*Цель* дипломной работы – разработка предложений направленных на улучшение и поддержание репутации предприятия.

*Объект* дипломного исследования – Белорусский Национальный Технический Университет.

*Задачи* дипломного исследования:

1. Изучение понятия репутация и определение ее роли в современной организации
2. Раскрытие процесса формирования и управления репутацией Белорусского Национального Технического Университета.
3. Анализ особенности формирования репутации Белорусского Национального Технического Университета.
4. Разработка программы для улучшения репутации в деятельности Белорусского Национального Технического Университета.

При проведении исследования использовался анализ управления репутацией университета, также был применен комплексный подход в виде социологических опросов для выявления слабых и сильных сторон.

Элементом новизны полученных результатов является переосмысление действующих методов управления репутацией, которое активно влияет на повышение конкурентоспособности предприятия в целом.

Область возможного практического применения результатов – организации, осуществляющие образовательную деятельность.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.

  
(подпись автора)

## СПИСОК ИСПОБЪЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Полное собрание законов Российской империи. Т. 23. – СПб.: Государственная типография. – 1830. – С. 402-404.
2. Бинецкий, А.Э. Паблик рилейшнз: защита интересов и репутации бизнеса: Учебно-практическое пособие / А.Э. Бинецкий. – М.: ИКФ «ЭКМОС». – 2003. – 218 с.
3. Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности / Г. Даулинг. – М.: ИМИДЖ-Контакт: Инфра-М. – 2003. – 368 с.
4. Лазаренко, И.Р. Формирование имиджа образовательного учреждения как управленческое новшество / И.Р. Лазаренко // Педагог. – 2000. – № 9.
5. Михельсон, А.Д. Объяснение 25000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней / А.Д. Михельсон; по словарям: Гейзе, Бешереля, Брокгауза, Александра, Рейфа. – М.: Издание книгопродавца А. И. Манухина. – 1865г. – 678 с.
6. Николаева, В.И. Каналы распространения рекламы высших учебных заведений / В.И. Николаева // PR в образовании. – 2007. – № 3. – С. 4-14.
7. Николаева, М.А. Управление репутацией компании в сети / М.А. Николаева // Вестник социально-гуманитарного образования и науки научно-практический журнал. – 2015. – № 1. – С. 24-30.
8. Пискунов, М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования / М.С. Пискунов // Мониторинг и стандарты в образовании. – 1999. – № 5. – С. 45.
9. Почепцов, Г.Г. Имидж / Г.Г. Почепцов. – Киев: Релф-бук. – 2011. – 90 с.
10. Почепцов, Г.Г. Имидж-мейкер. Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов / Г.Г. Почепцов. – Киев: Рекламное агентство Губерникова. – 1995. – 235 с.
11. Смирнов, Н.А. Западное влияние на русский язык в Петровскую эпоху I. Определение путей, которыми в Петровскую эпоху шли заимствования из западно-европейских языков. II. Словарь иностранных слов, вошедших в русский язык в эпоху Петра Великого / Н.А. Смирнов. – СПб.: Императорская Академия Наук. – 1910. – 399 с.

12. Федорова В.А. Содержание понятия «имидж предприятия» / В.А. Федорова // Экономика транспортного комплекса: зб. наук. праць. – Х.: ХНАДУ – 2013. – Вып. 21. – С. 26–40.
13. Шепель В.М. Менталитет руководителя. Управленческое мышление / В.М. Шепель. – М.: Народное образование. – 2010. – 56с.
14. Деятельность [Электронный ресурс] / Белорусский Национальный Технический Университет. – Режим доступа: <http://www.bntu.by/activity.html> – Дата доступа: 21.04.2020.
15. История [Электронный ресурс] / Белорусский Национальный Технический Университет. – Режим доступа: <http://www.bntu.by/history.html> – Дата доступа: 20.04.2020.
16. Digital 2019 Belarus [Электронный ресурс] / Datareportal. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-belarus> – Дата доступа: 25.05.2020.
17. Online Reputation Management [Электронный ресурс] / Википедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Online\\_Reputation\\_Management](https://ru.wikipedia.org/wiki/Online_Reputation_Management) – Дата доступа: 22.05.2020
18. Устав Белорусского Национального Технического Университета.