

Содержание

Введение

РАЗДЕЛ 1. ДЕЛОВОЙ ИМИДЖ ФИРМЫ КАК ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА

Глава 1. Организационная и функциональная роль имиджа фирмы

- 1.1.Имидж фирмы: понятие, сущность, содержание
- 1.2.Структура и функции имиджа фирмы в рыночных условиях
- 1.3.Имидж фирмы в стратегии ее развития

Глава 2. Имидж фирмы как фактор конкурентной среды.

- 2.1.Основные компоненты конкурентоспособности компании в условиях глобализации мирового хозяйства
- 2.2.Конкурентные позиции фирмы на рынке и возможности ее усиления с помощью имиджа
- 2.3.Имидж и аутентичность фирмы на рынке как конечный результат ее деятельности

Глава 3. Имидж в условиях корпоративных форм собственности и основные направления его развития

- 3.1.Имидж фирмы как лицо корпорации и необходимое условие ее развития
- 3.2.Человеческие ресурсы как источник формирования и развития имиджа фирмы
- 3.3. Общечеловеческие ценности, социальная ответственность и имидж современной корпорации

РАЗДЕЛ 2. ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО ИМИДЖА ФИРМЫ В УСЛОВИЯХ РОССИИ

Глава 4. Деловой имидж фирмы: от человека к брэнду

4.1.История российских брендов в истории российского
предпринимательства

4.2.Новейшая история российских брендов

4.3.Слово «Россия» как бренд и имидж

Глава 5. Перспективы и основные направления формирования имиджа
российских фирм в условиях глобализации мировой экономики

5.1.Экономика участия как основа формирования имиджа фирмы в
России

5.2.Мотивационные аспекты перехода российских
предприятий к мировым стандартам качества

5.3.Позиционирование мирового продукта российских предприятий на
мировом рынках

Глава 6. Методические основы формирования имиджа российских фирм

6.1.Макро- и микроэкономическая специфика формирования имиджа
фирмы в условиях России

6.2.Оценка эффективности внедрения имиджа российских фирм с
позиций внутреннего рынка

6.3.Оценка эффективности внедрения имиджа российских фирм с
позиций внешнего рынка

Заключение

Приложения

Приложение 1. Социальный кодекс ОАО «ЛУКОЙЛ»

(утвержден в 2002 г.) (фрагменты)

Приложение 2. Кодекс корпоративного управления (поведения) ОАО

«Газпром» (утвержден 28 июня 2002 г.)

Литература