

Реферат выпускной квалификационной работы

Тема выпускной квалификационной работы: «Рекламные технологии в формировании имиджа социально–культурного учреждения» (на примере МБУК «Городской Дом Культуры» г. Ессентуки)

Автор ВКР: Бухарова Дарья Валерьевна.

Научный руководитель ВКР: доктор философских наук, доцент кафедры креативно-инновационного управления и права Богданова Элина Николаевна.

Сведения об организации-заказчике: Муниципальное Бюджетное Учреждение Культуры «Городской Дом Культуры» г. Ессентуки.

Актуальность темы исследования: в настоящее время в РФ наблюдается уменьшение посещаемости учреждений культуры. Сложилась ситуация, когда не аудитория нуждается в учреждениях культуры, а учреждения культуры нуждаются в аудитории. Следовательно, у учреждений культуры возникает необходимость привлечения аудитории с помощью новых рекламных технологий.

Цель работы: изучить возможность использования рекламных технологий в формировании имиджа учреждения культуры с целью совершенствования его деятельности и выработать практические рекомендации по его совершенствованию на примере МБУК «Городской Дом Культуры» г. Ессентуки.

Задачи:

- определить понятие и составляющие имиджа учреждения культуры;
- исследовать процесс формирования имиджа учреждения культуры;
- рассмотреть функциональные особенности рекламы в сфере культуры и использование рекламных технологий в формировании имиджа учреждения культуры;
- изучить общую характеристику МБУК «Городской Дом Культуры» города Ессентуки;
- провести анализ имиджа и дать оценку использования рекламных технологий в МБУК «Городской Дом Культуры»;

– дать рекомендации по использованию рекламных технологий в формировании имиджа МБУК «Городской Дом Культуры».

Теоретическая значимость: положения и выводы работы могут быть применены для разработки специализированных курсов по рекламе в учреждениях социально–культурной деятельности.

Практическая значимость: рекомендации по использованию рекламных технологий в формировании имиджа учреждения культуры могут быть использованы учреждениями культуры, стремящимися повысить уровень активности аудитории и способствовать продвижению своих услуг; информация, содержащаяся в исследовательской работе, может быть использована для формирования профильных курсов.

Результаты исследования: на основе проведенного исследования и анализа деятельности МБУК «Городской Дом культуры» были выявлены недостатки по информированию целевых аудиторий о предстоящих мероприятиях и иных событиях и в результате чего подвергнут сомнению положительный имидж данного учреждения.

Рекомендации по совершенствованию социально-культурной деятельности МБУК «ГДК»: издание своих брошюр, лифлетов; проведения дней открытых дверей и презентации в школах несколько раз в год; использование различных юбилеев и памятных дат учреждения культуры и его работников; проведение конференций, семинаров, тренингов; взаимодействие с возможными потребителями посредством электронной почты; создание базы данных возможных потребителей услуг; оптимизация сайта в целях сделать его интересным для пользователей из различных социальных сетей; в целях привлечения внимания к сайту объявление конкурса в рамках какого–либо мероприятия; организация конкурс на лучшее оформление сайта или его элементов; оформление на сайте гостевой книгу или форума для налаживания обратной связи с потребителями услуг; информирование потенциальных потребителей не только о прошедших мероприятиях, но и о текущей деятельности учреждения и предстоящих мероприятиях; организация event–мероприятия; тестирование демпинга на базе учреждения.