

*Алексеев Тимур Вячеславович  
студент 2 курса магистратуры  
Факультет экономики и таможенного дела  
Казанский кооперативный институт (филиал) Российского  
университета кооперации  
Россия, г. Казань  
e-mail: timur-alekseev98@mail.ru*

## **ФОРМИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ФОРМУЛА УСПЕХА» БЛАГОДАРЯ ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ**

***Аннотация:** Современное общество сложно представить без информационных технологий, так как любая сфера деятельности прямо или косвенно взаимодействует с данными технологиями. В связи с этим каждая организация должна уделять должное внимание именно информационным технологиям, потому что от этого зависит ее экономическое развитие и имидж самой организации.*

**Ключевые слов:** информационные технологии, имидж, экономическое развитие.

*Alekseev Timur Vyacheslavovich  
2nd year master student  
Faculty of Economics and Customs  
Kazan Cooperative Institute (branch) of the Russian University of  
Cooperation  
Russia, Kazan*

## **FORMATION AND ASSESSMENT OF THE IMAGE OF THE ORGANIZATION FORMULA SUCCESS LLC THANKS TO INFORMATION TECHNOLOGIES**

***Abstract:** It is difficult to imagine modern society without information technologies, since any field of activity directly or indirectly interacts with these technologies. In this regard, each organization should pay due attention to information technology, because its economic development and the image of the organization itself depend on it.*

**Key words:** information technologies, image, economic development.

Сегодня активно происходит информатизация разных сфер деятельности нашего общества. Многими руководителями больших корпораций было

выявлено, что развитие как экономическое, так и социальное любого субъекта напрямую зависит от качества использования им информационных технологий. Под информационными технологиями следует понимать, в первую очередь, систему методов и способов сбора, передачи, обработки и использования той или иной информации. Сюда можно отнести [3, с. 98]:

- 1 глобальные и локальные сети интернет;
- 2 телефонные сети;
- 3 компьютеры и также программное обеспечение;
- 4 массовые средства распространения информации, такие как радио, телевидение и другое.

Стоит отметить, что информационные технологии заняли особое место в создании имиджа компании. Также аналитиками были выявлены основные этапы формирования имиджа организации (Рисунок 1) [3, с. 23].



***Рисунок 1 – Этапы формирования имиджа организации***

Из данного рисунка видно, что этапы по формированию имиджа той или иной компании, в первую очередь, основаны на получении, обработке и предоставлении информации. Исходя из этого, имидж компании зависит от применяемых информационных технологиях. На сегодняшний день самым

распространенным являются компьютерные технологии. Существует большое количество программ, которые облегчают процесс сбора и обработки информации. Опираясь на это, можно предложить компании ООО «Формула Успеха» следующие виды программ для формирования положительного имиджа (Таблица 1) [1, с. 37]:

**Таблица 1 – Программы по формированию имиджа организации ООО «Формула Успеха»**

Программа	Характеристика
Учетные программы и crm-программы	Необходимы для накопления и анализа информации о продажах, анализах продуктов и клиентов.
Парус-Аналитика, Кон-Си и др.	Программы для анализа продаж и продуктов
Galileo, EXPO: 1001 рекламоноситель и др.	Программы для поддержания рекламной деятельности

Из данной таблицы видно, что компании ООО «Формула Успеха» для формирования своего положительного имиджа можно воспользоваться этими основными программами, именно благодаря им, компания не только сократит время на обработку информации, но и сможет расширить рынок сбыта, привлекая новых потребителей.

Таким образом, помимо использования специальных компьютерных программ, также неотъемлемой частью поддержанию имиджа организации является использование интернета и других информационных технологий. При формировании и поддержании имиджа компании информационные технологии значительно облегчают работу специалистам, сокращая при этом время на обработку информации [2, с. 119].

### **Список литературы:**

- 1 Вороной А. Обзор программных продуктов для маркетологов и аналитиков // Маркетолог. 2017. № 11. С. 34-45.
- 2 Титоренко Г.А. Информационные технологии в маркетинге. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 335 с.

3 Белезняков М.В. Формирование имиджа компании: назначение, порядок, построения и преимущества. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. 401 с.