Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет ФППК

Кафедра СО и СК

Реферат на тему

«Монгольская Республика на международной

арене 2008-2010: анализ имиджевых стратегий»

Работу выполнила: студентка 5 курса

Специальности связи с общественностью

Чулуунгэрэл Ганцэцэг

Краснодар 2010г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. Понятие и роль имиджа государства. Влияние имиджа руководителя страны на имидж государства

2. Развитие туризма в Монголии

## 3. Развитие спорта на мировом уровне

## 4. Торгово-экономическое сотрудничество Монголии и Великобритании

## 5. Монгольский кашемир стал всемирно известным брендом

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Введение

Имидж это то, что присуще практически всему. Имидж это не обязательно только внешний вид человека или предприятия. Имидж это ещё и какие-то определённые действия, необязательно направленные на его формирование, а он может формироваться уже впоследствии.

Когда мы видим человека в первый раз, мы как говорится, встречаем его по одёжке, а вот провожаем его по уму. Это значит, что человек при встрече и в процессе разговора позиционирует себя с той или иной стороны. По его внешнему виду (одежда, аксессуары к одежде и т.д.) можно судить о его социальном положении, даже парфюм, или какой-нибудь запах, строит о нём первое впечатление. Уже потом, когда начинаешь с ним общаться или заниматься с ним делом, то уже по-настоящему узнаёшь человека. И потом понимаешь можно ему доверять и продолжать с ним общаться, или нет. Как ни странно, говорить в таком ключе можно не только о людях, но и о компаниях, предприятиях и даже странах.

Отталкиваясь от предмета исследования - имиджа страны, необходимо понимать, что чем точнее соответствие политической, экономической, социальной, экологической, демографической и прочих ситуаций в стране интересам общественности, тем позитивнее образ страны, тем положительнее ее имидж. [[1]](#footnote-1)

1. Понятие и роль имиджа государства. Влияние имиджа руководителя страны на имидж государства

Имидж страны по определению Всемирной организации по туризму - это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа. Все перечисленные факторы, позволяют при упоминании названия сразу же строить целую, цепь ассоциаций по отношению к данной стране.[[2]](#footnote-2)

Имидж государства свидетельствует об экономической силе, мощи, богатстве и уровне развития культуры. Он является показателем его авторитета и успешности действий на международной арене.

Высокий положительный образ страны играет огромную информационно-воспитательную роль для его граждан, и в первую очередь для подрастающего поколения.

Имидж государства непосредственно связан с отношением к нему как зарубежной общественности, так и его собственных граждан. От него зависит уровень патриотизма в стране, любви и уважения ее граждан к своей державе.

В связи с тем, что имидж страны достаточно многоплановая категория, существуют разные подходы к классификации имиджа в различных источниках.

Так, одни исследователи выделяют имидж объективный, или реальный это впечатление о стране, которое есть у внутренней или зарубежной общественности; другие - субъективный - это представление лидера страны, его окружения о том, каким образом воспринимается образ страны в глазах граждан, или представление граждан страны о том, какой их страна видится за рубежом; третьи - моделируемый - тот образ, который пытаются создать команда руководителя страны или специально привлекаемые имиджмейкеры. В различных обществах могут существовать различные государственные и общественные должности и посты, вызывающие у граждан очень сильный эмоциональный отклик, то есть являющиеся для них символами.

Соответственно с этим определениям я бы хотела рассмотреть имидж двух президентов Монголии и сравнит их. Так как одной из главных задач PR- специалиста является создание положительного имиджа. Имидж Президента той или иной страны должен создаваться с учетом потребностей ее народа, каким хотят видеть своего Президента его граждане, чтоб они доверили ему. Это не просто официальный пост главы страны, это символ национального единства, национальных традиций и ценностей, в нём отражается вся героическая история Монголии, её требования к настоящему и её надежды на будущее. Чувства гордости, восхищения и уважения, которые вызывает сам пост, могут переноситься на конкретную личность. Качества идеального президента в той или иной мере автоматически приписываются тому человеку, который занимает пост. Образ несет в себе как реальные, так и ожидаемые обществом качества человека.

Итак рассмотрим имидж современного Президента Монголии Ц Элбэгдорж:

2008 году во время выборов настоящего президента Ц Элбэгдорж работал вместе с монгольской Хип-Хоп группой Татар, чтобы донести свой голос до молодежи.

Мероприятие в честь “Мы поддерживаем Демократию ” было организованно в 2008 году 5-го мая в концертном зале ” UB Palace”.Группа Татар дала свой концерт, после которого с речью «Давай за Демократию» выступил бывший руководитель демократической партий и сегодняшний президент Монголии Ц.Элбэгдорж .

С первого взгляда казалось, что мероприятие успешно прошло в адрес тогдашнего руководителя демократической партий. Он донес свой голос до 15-ти тысячам молодых людей.

Но с другой стороны по статистике 2008 года Хип-Хоп группу слушает аудитория 16-18 лет, т.е. несовершеннолетняя молодежь, большая часть которой не имеют права голоса при выборе президента.

Ошибка PR-специалистов была в том, что они не рассчитали на какую аудиторию было направлено это мероприятие и какая часть населения слушает эту Хип-Хоп группу. Нужно было провести фокус - группы и другие опросы до проведения мероприятия. Им нужна была боле взрослая аудитория от 18-ти и выше, которая реально могла бы влиять на увеличения голосов.

Большая часть населения была возмущена и осудила это мероприятие. Демократическая партия, которая хотела донести свой голос через Хип-Хоп группу, не достигла желаемого эффекта, так как аудитория была знакома с текстами песен и происхождением группы. На мой взгляд, это было очень неудачное мероприятие в рамках продвижения демократической партии. Возможно, это связанно с тем, что в стране не очень развита профессия связи с общественностью. В монгольском государственном университете нет кафедры связи с общественностью, и многие люди воспринимают слова PR-специалист совсем по-другому как они есть. Одна из главных задач PR-man – это создать позитивный имидж.

Впервые термин Связи с общественностью был употреблен почти от 100 до 200 лет назад. Американцы утверждают, что великий деятель Бенджамин Франклин был первым настоящим организатором связей с общественностью, который ввел выражение public relations или связи с общественностью. Ему принадлежит также афоризм: „Связи с общественностью основаны на коммуникации, которая начинается с понимания аудитории”.

Аудитория, т.е. люди, на которых направлена коммуникация предприятия, учреждения, какой-либо группы по интересам или отдельного человека, долгое время оставалась без изменений. Во времена Франклина в распространении известий самую важную роль играло непосредственное общение. В то время не шло даже речи о средствах массовой информации.

Это доказывает, что специальность связи с общественностью очень развита в США. И по моему мнению PR- специалисты президента Соединенных Штата Америки Барак Хусейн Обама II никогда бы не допустил, чтобы Обама сотрудничал с группой 50Cent для того, чтобы донести свой голос молодежи.

Тем не менее бывший Президент Монголии Намбарын Энхбаяр и его ПР - агентство хорошо работали и они могли реагировать вовремя на общественные проблемы, так как задача ПР- мена по определению 65-го ведущего ученого американского Фонда PR (Foundation for Public Relations Research and Education): Паблик рилейшнз - это особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и ее общественностью; способствует решению различных проблем и задач; помогает руководству организации быть информированным об общественном мнении и вовремя реагировать на него; определяет и делает упор на главной задаче руководства компании - служить интересам общественности; помогает руководству быть готовым к любым переменам и использовать их по возможности наиболее эффективно, выполняя роль или же по определению Британского института связей с общественностью (IPR): «Деятельностью в области паблик рилейшнз являются планируемые и осуществляемые усилия, направленные на установление и поддержание доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью»

В Улан-Баторе митингующие, недовольные итогами прошедших в воскресенье парламентских выборов, подожгли здание, в котором располагается штаб-квартира победившей Монгольской народной революционной партии (МНРП).

Огнем оказались охвачены первый и третий этажи пятиэтажного строения. Пожарные машины долго не могли проехать к зданию, поскольку им мешала толпа митингующих. Чуть позже штаб МНРП все же удалось потушить, однако зданию нанесен серьезный ущерб: практически все окна выбиты, а стены испачканы краской.

Официального объявления победителя выборов пока не было, хотя руководство МНРП и утверждает, что партии удалось получить как минимум 44 места из 76 в Великом государственном хурале (парламенте). Это означает, что теперь МНРП может самостоятельно формировать новый Кабинет министров.

Оппозиционная Демократическая партия не принимает таких результатов и требует отменить их. Особый упор оппозиция делает на то, что победители достигли таких результатов нечестным путем, используя административный ресурс: представитель партии Санжийн Баяр возглавляет монгольское правительство.

Привели к тому, что президент Монголии Намбарын Энхбаяр объявил в стране чрезвычайное положение сроком на четыре дня. Выступая по государственному телевидению, он призвал участников беспорядков прекратить насилие: "Как глава монгольского государства, я осуждаю беспорядки, происходящие сейчас в Улан-Баторе. Нельзя использовать противозаконные методы для выражения протеста по поводу результатов парламентских выборов".

Президент добавил, что итоги выборов могут быть отменены после расследования заявления Демократической партии о многочисленных нарушениях в ходе выборов.

Все это говорит о том, что стране просто необходим грамотный PR-специалист по продвижению политического лидера в глазах как граждан самой Монголии, так и на международной арене.

2. Развитие туризма в Монголии

Монголия - одна из стран, которая имеет огромный потенциал в развитии сферы туризма. Она находиться именно в сердце земли и в центре энергий мира.

В Монголии нет роскошных отелей, гастрономических ресторанов и модных СПА-салонов, путешествие в Монголию – не для слабых. Во-первых, климат очень суровый: летом изнуряющая жара и пыльные бури, зимой сильные ветра и морозы. Однако каждый год Монголия принимает около 220 тысяч туристов из разных стран мира, среди которых есть и голливудские звёзды такие как Джулия Робертс, Ричард Гир, Стивен Сигал и др.

Если вы начинаете со столицы Улан-Батора, то посетите местный палеонтологический музей, у него богатейшая коллекция ископаемых. Ведь именно в местных степях сохранилось огромное количество скелетов динозавров. Сходите в мавзолей, похожий на московский, и в музей Революции. Интересен он тем, что здесь можно узнать, как кочевников пытались сделать коммунистами, как шли гражданские войны между кланами, и даже посмотреть на орудия пыток, которые активно применялись до недавнего времени. В общем, довольно интересный музей истории Монголии.

В Монголии уникальная природа, есть и луга, и степи, и кедровые леса, и пустыня, и горы. Огромное количество непуганых диких животных, там полно огромной форели! Поначалу к здешним просторам сложно привыкнуть ни дорог, ни домов. А потом понимаешь: вот он - рай. Забываешь про все проблемы.

Terelj – один из новых и лучших отелей, очень уютный, с большими красивыми номерами, построен по евростандартам. Отель “Баянгол” находится в центре города, недалеко от площади Сухэбатора, и тоже считается одним из лучших. Но когда будете ездить по стране, отелей не найдете. Зато местные сдают туристам юрты. Это такие круглые жилища кочевников, похожие на храмы - сводчатый потолок, сверху падают лучи солнца. В юрте тепло, и она довольно просторная, но разделений на комнаты нет.

Можно поохотиться, сходить на рыбалку, собирать кедровые шишки или грибы в лесу. Монголы очень спортивные, каждую неделю устраивают то соревнования по стрельбе из лука, то скачки, то борьбу. Посмотреть на это зрелище стоит. В Монголии чудные буддисткие храмы, монастыри, куда могут зайти туристы. Можно посетить гору, на которой, согласно местным поверьям, живет дьявол. Можно поискать могилу Чингис Хана, посетить археологические раскопки. Но лучший отдых – наблюдать за бытом кочевников. Здесь нет ферм, загонов. И люди, и животные привыкли к свободе. Лошадь для монгола - больше чем скот, грудничков часто кормит кобыла, а сидеть верхом маленькие дети умеют раньше, чем ходить.

Таким образом, в стране есть множество так называемых «изюминок», тех вещей, которые отличают Монголию от всех остальных стран мира, являются ее историческим наследием, предметом гордости ее народа. А также отличным PR- объектом для специалиста по связям с общественностью. Ведь пиар в сфере туризма является основным источником информации о стране для иностранцев. Следовательно, в будущем необходимо как можно тщательней развивать это направление: продвигать те особенности страны, которыми она владеет, а именно: богатейшую природу, историческое наследие, самобытную культуру народа и др.

3. Развитие спорта на мировом уровне

2008 году на Пекинской Олимпиаде, Монголия выиграла три золота, одно серебро и одну бронзу. Монгольский дзюдоист Найдан Тувшинбайар получил золотую медаль, молодой Боксер в категории до 54 кг Бадар-Уган Энкбат также выиграл золото и монгольский спортсмен Найдан Гундэгмаа получил золото. Это далеко не плохой результат, если учесть, что население Монголии насчитывает всего, лишь два миллиона. Монгольские спортсмены активно участвуют на международных играх и возвращаются домой с отличными результатами.

Среди лучших спортсменом нельзя не упомянуть о монгольском борце Дагвадорж Долгорсурэн, выступающем под псевдонимом Асасиорю. Он вошел в историю сумо, установив сразу три рекорда на турнире, который завершился в Фукуоке на южном японском острове Кюсю.

27-летний уроженец Улан-Батора, являющийся сейчас единственным борцом, который носит высший в сумо титул иокодзуна ("великий чемпион"), одержал победы на всех шести турнирах в 2005 году.

До сих пор это не удавалось сделать ни одному сумоисту в высшем дивизионе макуути. Он победил на семи турнирах подряд, что также является абсолютным рекордом. Теперь на счету Асасиорю 22 императорских кубков.

Беспрецедентным в истории сумо достижением стало и то, что в 2005 году он одержал 84 победы в 90 поединках. Предыдущий рекорд (82 победы) держался 27 лет.

И если прежние успехи 200-килограммовых гавайских гигантов Конисики, Акэбоно и Мусасимару можно было списать на выдающиеся физические данные, то достижения 140-килограммового монгола нельзя объяснить иначе как превосходной техникой и недюжинной силой.

Таким образом сфера спорта тоже является одним из возможных направлений в создании имиджа всей страны.

4. Торгово-экономическое сотрудничество Монголии и Великобритании

Установление дипломатических отношений между МНР и Великобританией подразумевало подписание в 1945 году Ялтинской конференции, где была признана независимость МНР тремя сверхдержавами: Советским Союзом, США и Великобританией. После Второй Мировой Войны мир был поделён на два блока, а также ”холодная война” не способствовала развитию отношений. МНР была принята в ООН 27 Октября 1961 года, что явилось большим вкладом в укрепление международного положения страны и независимости МНР. Вслед за этим стало возможным установление дипломатических отношений между Монголией и Великобританией с 23 января 1963 года[[3]](#footnote-3)1.

Основу двусторонних монголо–британских отношений заложили торговое соглашение, подписанное в 1973 году и Консульская конвенция, подписанное в 1975 году. В этом же году был сделан официальный визит замминистра МНР, Д. Эрдэнэбилэга, в Лондон и, в следующем, 1976 году последовал ответный визит замминистра Великобритании, г–на Х. Кортаззи, в Улаан–Баатар.

Большой вклад в развитие двусторонних связей вносят посольства двух стран, предлагающие пути дальнейшего их развития. Так, посольство Великобритании открыло в Улан–Баторе 1964 году, а посольство Монголии в Лондоне работает с 1969 года.

Договор о культурном обмене работает с 1965 года. Он предусматривал обучение английскому языку в Университете города Лидса, стажировку и культурный обмен. На конец 1993 года стажировку в Лидском Университете прошли более 100 человек, граждан Монголии. В 1993 году Академия Наук Монголии подписала меморандум о сотрудничестве с Королевским Обществом Великобритании (The Royal Society) об обмене научными работниками и учёными. Также предоставляется грант правительства Великобритании на обучение студентов в Университетах до 5 человек в год.

Великобритания оказывает Монголии помощь по двум направлениям. Так, 1992-1995гг. Правительство Великобритании оказало безвозмездную помощь в 2,7 млн. фунтов ст. Затем в последующие годы оказывала техническую помощь в рамках проекта Британского партнерства. Эта помощь составляла 150-250 тысяч фунтов стерлингов и финансировала проекты по сокращению бедности и на защиту детей, а также обогащение библиотек английскими книгами в школах, работу станции “Би-Би-Си” и обучение студентов в Великобритании. Все это также влияет на международный имидж страны.

## 5. Монгольский кашемир стал всемирно известным брендом

## Сегодня у всех на слуху такие выражения как: китайский шелк, шотландский виски, испанская карида, итальянская мода, немецкое качество, французские духи и др. Все это ни что иное, как результат многих лет и грамотного пиар сопровождения. В Монголии также существует такой продукт, который может стать своеобразным брендом страны.

Монголия является второй по величине производителем сырья кашемира в мире после Китая. Монголия готовит около 3.000 тонн кашемира в год, или чуть менее 30% рынка всего мира. Компания «GOBI» производит кашемир со 100% качеством. Чистый кашемир от монгольской козы. Кашемира, который производят из лучших в мире волокон шерсти с использованием самых современных и перспективных процессов и технологий.

«GOBI», которая имеет 12 производственных цехов и насчитывает более 1600 работников, является ведущим производителем кашемира продуктов с производительностью, которая охватывает одну треть внутренних поставок кашемира. В настоящее время новое руководство компании рассчитывает на модернизацию и расширение перерабатывающих мощностей компании, а также внедрения современных управленческих и технологических ноу-хау для повышения конкурентоспособности промышленности монгольского кашемира на мировом рынке.

GOBI продукция продается на международном уровне через коммерческие контракты с 121 компаниями в 25 странах в Европе, Азии и Северной Америке. 77 процентов от общего объема экспорта GOBI заключаются в Великобритании, Японии, Франции, Италии, Бельгии, Турции, Швейцарии и Германии в Соединенные Штаты. GOBI является одним из основных экспортеров компания, которая получает много доход от продажи кашемира на зарубежные рынки. Японские владельцы GOBI планируют увеличить экспорт в Японию, в результате чего многие считают, что выручка от реализации и финансовые результаты GOBI увидите здоровый рост в ближайшие годы.

Корпорация GOBI была основана в 1981 году с технической и экономической помощью правительства Японии. Первые шаги были ориентированы на экспорт продукции из шерсти кашемировых коз и верблюжьей шерсти в дополнение к производству незаконченных и готовых изделий для местных и международных рынков. В соответствии с декретом правительстве Монголии в 1993 году 25% акций компании были приватизированы. В декабре 1994 года был создан холдинг, в котором 75% акций принадлежат Монголии.

Продукция GOBI имеет стандарты качества, которые установила государственная Стандартная Организация. Она является членом Международной Организации Стандартизации. Кроме того, GOBI имеет специальное свидетельство Международной Организации по Стандартизации, а продукция корпорации соответствует международным стандартам качества.

Более чем 1400 высококвалифицированных специалистов, которые закончили государственные университеты и специализированные колледжи в Японии, России, Германии, Чехии, Польше, Венгрии Болгарии, являются сотрудниками компании.

Около 80% продукции поставляется на экспорт. Оставшиеся 20% реализуются на внутреннем рынке. Основным кредо корпорации является – широкий выбор, быстрота изготовления, конкурентоспособность на мировом рынке.

Награды GOBI:

1979-“Первая Золотая медаль Международной Торговой Выставки в Брно, Чехословакия”

1981-“Начато производство полного цикла "Мануфактуры Гоби".

1982-“Начало международных продаж в странах СЭВ (Cовет Экономической Взаимопомощи).

Первая Золотая медаль Международной Торговой Выставки в Германии”

1983-1986-“Вторая Золотая медаль Международной Торговой Выставки в Германии”

1988 – 1991- “Первый Сертификат "Лучшая фабрика Монголии" от Национальной Торгово-Промышленной палаты Монголии”

1991-“Создано монголо-бельгийское совместное предприятие John Gobi Europe S.A в Брюсселе, Бельгия”

1993-“Создана монго-японская компания «Алтай» в Токио, Япония”

1994-“Золотой Кубок от Глобальной Качественной Организации Управления для Обязательства к Качественному Вознаграждению, Женева.

Сертификат № 1 от Ассоциации по качеству, Монголия”

1995-“Первая компания в Монголии, которая стала производить продукцию в соответсвии с международным стандартом ISO- 9000.

Увеличена производительность вязального цеха фабрики”

1996-“Вторая Золотая медаль Международной Торговой Выставки в Брно, Чешской республики. Второй Золотой Кубок от Международного Клуба Торговцев”

1997-“Свидетельство{Легализация} о XXV Международных трофеях Эффективное Экологическое Управление по качеству из Парижа, Франции”

1998-“Создана Компания «Gobi-USA», охватывающая США”

1999-“Третий Золотой Кубок Эффективное по качеству Экологическое Управление для экологичного продукта.

Свидетельство Номер 1 от Министерства Природы и Окружающей среды для безвредной для окружающей среды технологии, Монголии. Первое назначение Лучшая Компания Года монгольской Национальной Торгово-промышленной палатой”

2001-“Золотой Кубок Международной Организации по Стандартизации в Нью-Йорке, США”

2002-“Великий Приз от Национальной Моды Фестиваль Goyol Великий Приз от Международной ярмарки Товарищество Ulaanbaatar.

Один из Лучших 100 Предпринимателей Монголии монгольской Национальной Торгово-промышленной палатой.

Лучшая качественная марка для 22 марочных товаров от монгольской Организации Стандартизации”

2003-“Золотое европейское Вознаграждение за Качественный и Коммерческий Престиж - Новое Вознаграждение Тысячелетия Международной Качественной Организацией Otherways в Женеве, Швейцарии.

Лучше всего экспортируйте продукт Года для одеяла шерсти верблюда и одного из Лучших 100 Предпринимателей от Национальной Торгово промышленной палаты Монголии”

2004-“Установленное плоское шитье замка и блестки, обращающиеся с технологией”

Великий Приз за высокие камвольные ткани шерсти верблюда от Национальной Торгово-промышленной палаты.

Свидетельство{Легализация} Лучшая Организация Экспортера от Министерства торговли и Промышленности и Кашемира и Ассоциации Шерсти Монголии.

Диплом для Устойчивого Вида деловой деятельности от Министерства торговли и Промышленности Монголии.

2005-“Свидетельство, Лучше всего изготовляющее Марку от Комитета Интеллектуальной собственности и Национальной Торгово-промышленной палаты Монголии. Свидетельство и Власть{Полномочие} Великое Качество для высококачественного трикотажа кашемира от Национальной Торгово-промышленной палаты и Министерства торговли и Промышленности Монголии”

GOYO COMPANY

Монгольский кашемир стал всемирно известным брендом, а изделия из него национальным товаром, качеству которого доверяют потребители во всем мире. И заслуга в этом принадлежит в том числе и компании «GOYO», которая по праву считается одним из передовых монгольских производителей кашемира.

Продукция фабрики «GOYO» известна потребителям не только в Монголии, но и в мире. Компания «GOYO» - это успешно работающее, динамично развивающееся предприятие, чьим опытом, знаниями и производством интересуются многие другие компании.

Продукция компании поставляется на экспорт как через офис в Швейцарии, так и по прямым контрактам в Италию, Великобританию, Южную Корею, Россию и Тайвань.

Успешная деятельность компании неоднократно отмечалась правительством и Торгово-Промышленной Палатой Монголии. Только за последние три года MCCWC удостаивалась наград «Предприятие Года», «Лучшая Торговая Марка» - 2003 г; « Лучший Продукт Легкой Промышленности», «100 лучших компаний» и «Лучшие 99 товаров» - 2005 год.

Заключение

Подводя итог, можно отметить, что хороший имидж страны всегда после себя оставляет хорошее наследство, с которым его имя будет связано навсегда. В настоящее время видно, что Монголия развивается на международном уровне сфере спорта, в легкой промышленностей в туризме ни от кого не отстает. Хотя её географическая расположения находиться между двух крупнейших стран мира Россия и Китай, что мешает её развитию. Монголия давно могла бы испарится с земли или соединиться с Китай или с Россией. Но нет она держится сохраняя свою культуру свою уникальную обычаю и даже развивается на международном уровне. Приехав в Монголию вы сможете увидеть за городом настоящую монгольскую кочевую жизнь как во время Чингис-Хана который жил 800 лет назад. Несмотря не на что Монголия сохранила свой образ жизни свою культуру. Многие народы потеряли свою первоначальную образ жизни все они испарились вместе с прошлым. Во многих европейских странах вы лишь сможете увидеть сплошные большие зданий ,слишком яркие светы. Может кому-то стала интересна и красива такая картина. Или даже некоторые устали от искусственного образа жизни, и это стало сильным толчком визита в Монголию не только жителей наших соседних стран, но и даже Голливудских звезд.

26 ноября 2010 года Монголия отпраздновала 65-лет День Независимости Монголии. 800 лет назад Великий Чингисхан завоевал почти полмира. Его главная стратегия была единое целое государство. В этом была его сила.

монголия имиджевый сотрудничество международный

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Панасюк А. Ю. Имидж. Энциклопедический словарь. — М.: РИПОЛ классик, 2007. — 768 с. ISBN 9785-3860-0257-2
2. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники. — М.: ОМЕГА-Л, 2008.—266 с. ISBN 9785-3700-0028-7, ISBN 5-3700-0028-Х
3. Политическая имиджелогия / Под ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перелыгиной и др. –М.: Аспект Пресс, 2006. С.367-377. ISBN 5-7567-0416-7
4. Давыдов Д.Г. Имиджевые характеристики Вооруженных сил Российской Федерации и направления их коррекции в обыденном сознании молодежи / Имидж армии – имидж России (коллективная монография) / Под ред. Е.А. Петровой, В.П. Делия. –М.: РИЦ АИМ, 2006. С. 173-193
5. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков под редакцией доктора политических наук Е. В. Егоровой-Гантман. 1998.
6. Конституция МНР 1960. Конституция и законодательные акты МНР. - М.,1991.

#### Иванова. И. С., Страны мира: Краткий политико-экономический справочник. М.,1997.—Стр.269-272.

#### История Востока; Издательская фирма "Восточная литература" РАН, Москва, 1997

1. http://ru.wikipedia.org/wiki/Имидж [↑](#footnote-ref-1)
2. <http://www.marketologi.ru/lib/terr/terr2.html> [↑](#footnote-ref-2)
3. 1 «Международные отношения», №127, февраль 2003 г. - спец. выпуск, посвященные

40-летию дипломатических отношений между Монголией и Великобританией. [↑](#footnote-ref-3)