

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра технологий коммуникации**

**ЛОБАТЫЙ**  
Станислав Игоревич

**ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ХОККЕЙНОГО КЛУБА  
«ДИНАМО-МИНСК»**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук,  
доцент А.И. Соловьев

Допущена к защите

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации  
кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2016

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: страниц – 55, рисунков – 2, источников – 44, приложений – 2.

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ХОККЕЙНОГО КЛУБА «ДИНАМО-МИНСК».

Перечень ключевых слов: технологии, имидж, инструменты формирования имиджа, составляющие имиджа, хоккей, хоккейный клуб «Динамо-Минск», командные спортивные организации, PR и рекламные технологии формирования имиджа.

Объект исследования – текущий имидж хоккейного клуба «Динамо-Минск».

Предмет исследования – технологии формирования имиджа клуба; деятельность пресс-службы и иных информационных агентов (СМИ, социальных сетей и др.) по формированию имиджа ХК «Динамо-Минск», выражающаяся в использовании конкретных инструментов имиджевой политики.

Цель работы – изучить содержание имиджа ХК «Динамо-Минск» и условий его формирования; выявить технологий, с помощью которых формируется имиджевая политика клуба.

Методы исследования: общенаучные, социологический опрос, экспертное интервью со специалистами по маркетинговой и PR-политике клуба.

Полученные результаты и их новизна: хоккейный клуб «Динамо-Минск» рассмотрен как яркий пример отечественного спортивного бренда, проведен мониторинг СМИ и социальных сетей, в которых упоминается репутация команды, выявлены особенности и проблемы имиджа клуба, проанализированы технологии формирования имиджа ХК «Динамо-Минск», разработан план рекомендаций по улучшению имиджевой политики клуба.

*Новизна темы заключается в анализе работы пресс-службы хоккейного клуба «Динамо-Минск» и формировании целостного практического подхода в их работе.*

Область возможного практического применения: разработанный комплексный подход работы может быть использован специалистами по коммуникации белорусских командных спортивных организаций для эффективной деятельности.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованные в работе.

Лобатый С.И.

---

## РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: старонак – 55, малюнкаў – 2, крыніц – 44, дадаткаў – 2.

ТЭХНАЛОГІІ ФАРМІРАВАННЯ ІМІДЖУ ХАКЕЙНАГА КЛУБА «ДИНАМО-МИНСК».

Пералік ключавых слоў: тэхналогіі, імідж, інструменты фарміравання іміджу, складнікі іміджу, хакей, хакейны клуб «Дынама-Мінск», камандныя спартыўныя арганізацыі, PR і рэкламныя тэхналогіі фарміравання іміджу.

Аб'ект даследавання – цяперашні імідж хакейнага клуба «Дынамо-Мінск».

Прадмет даследавання – тэхналогіі фарміравання іміджу клуба; дзейнасць прэс-службы і іншых інфармацыйных агентаў (СМІ, сацыяльных сетак і інш.) па фарміраванні іміджу ХК «Дынамо-Мінск», якая выяўляецца ў выкарыстанні канкрэтных інструментаў іміджавай палітыкі.

Мэта працы – даследаваць змест іміджу ХК «Дынамо-Мінск» і ўмоў яго фарміравання; выявіць тэхналогіі, з дапамогай якіх фармуецца іміджавая палітыка клуба.

Метады даследавання: агульнанавуковыя, сацыялагічнае апытанне, экспертнае інтэрв'ю са спецыялістамі па маркетынгавай і PR-палітыцы клуба.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: хакейны клуб «Дынамо-Мінск» разгледжаны як яркі прыклад айчыннага спартыўнага брэнда, праведзены маніторынг СМІ і сацыяльных сетак, у якіх згадваецца рэпутацыя каманды, выяўлены асаблівасці і праблемы іміджу клуба, прааналізаваныя тэхналогіі фарміравання іміджу ХК «Дынамо-Мінск», распрацаваны план рэкамендацый па паляпшэнню іміджавай палітыкі клуба.

Навізна тэмы заключаецца ў аналізе працы прэс-службы хакейнага клуба «Дынамо-Мінск» і фарміраванні цэласнага практычнага падыходу ў іх працы.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: распрацаваны комплексны падыход працы можа быць выкарыстаны спецыялістамі па камунікацыі беларускіх камандных спартыўных арганізацый для эфектыўнай дзейнасці.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць даследаванні, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Лабаты С.І.

---

## THE ABSTRACT

Diploma work: pages – 55, images – 2, sources of information – 44, applications – 2.

TECHNOLOGIES SHAPING THE IMAGE OF THE HOCKEY CLUB «Dinamo Minsk».

List of key words: technology, image tools image formation, image components, hockey, hockey club, «Dinamo Minsk» team sports organizations, PR and advertising techniques of image formation.

The object of study – the current image of the hockey club «Dynamo Minsk».

Subject of research – the technology of image formation of the club; activities Press Service and other agents of information (media, social networking, etc.) to form the image of HC «Dynamo Minsk», expressed in the use of specific tools image policy.

Purpose – to study the content of the image of HC «Dynamo Minsk» and the conditions of its formation; identify technologies with which generated image policy of the club.

Methods: general scientific, sociological survey, expert interviews with experts on marketing and PR-politics of the club.

The results and their novelty: hockey club «Dinamo Minsk» is considered as a prime example of the domestic sports brand, monitored the media and social networks, which is referred to the reputation of the team, the peculiarities and problems of the image of the club, analyzed the technology of image formation of HC «Dinamo Minsk» developed a plan of recommendations to improve the club's image policy.

Novelty is to analyze the work of the press service of the hockey club «Dynamo Minsk» and the formation of a holistic approach in their practical work.

The area of possible practical application: developed a comprehensive approach work can be used for communication specialists of the Belarusian team sports organizations for effective action.

The author of the study confirms the reliability and objectivity of links to the sources used in the work.

Lobatjy S.I.

---