

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации

МИХАЛЕНЯ
Павел Александрович

**БЕЛАРУСЬ КАК НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНД:
ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА В МЕЖДУНАРОДНОМ
PR-ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат исторических наук
доцент И. В. Соколовский

Допущен к защите

« ____ » _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа: страниц – 54, источников – 33.

Ключевые слова: ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ, PR-ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ, КОМПЛЕКС КОММУНИКАЦИОННЫХ МЕР, КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД.

Объект исследования: национальный бренд Республики Беларусь.

Предмет исследования – коммуникационный потенциал Республики Беларусь в международном PR-позиционировании.

Цель работы: предложить комплекс коммуникационных мер по раскрытию потенциала Республики Беларусь в международном PR-позиционировании.

Методы исследования: описательный, аналитический и сравнительный методы.

Полученные результаты: дали определение понятию «бренд территории», раскрыли его сущность. Нами была описана история развития национального брендинга. Мы проанализировали белорусский опыт формирования национального бренда. Также нами был проанализирован существующий национальный бренд Беларуси. Проведя анализ текущей ситуации в Беларуси с помощью шестиугольника Анхольта, мы выделили несколько ключевых сообщений, которые могут быть использованы в международном PR-позиционировании. Использовали ключевые черты международного PR-позиционирования Беларуси в комплексе мер по раскрытию потенциала Республики Беларусь в Международном PR-позиционировании.

Новизна темы заключается в использовании комплексного подхода при подготовке предложения комплекса коммуникационных мер по раскрытию потенциала Республики Беларусь в международном PR-позиционировании.

Область возможного практического применения: работа может быть использована в качестве основы для конструирования национального бренда Республики Беларусь.

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

Михаленя П. А.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца: старонак – 54, крыніц – 33.

Ключавыя словы: ТЭРЫТАРЫЯЛЬНЫ БРЭНДЫНГ, PR-ПАЗІЦЫЯНІРВАННЕ, КАМУНІКАЦЫЙНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ, РЭСПУБЛІКА БЕЛАРУСЬ, КОМПЛЕКС КАМУНІКАЦЫЙНЫХ МЕР, КОМПЛЕКСНЫ ПАДЫХОД.

Аб’ект даследвання: нацыянальны брэнд Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследвання – камунікацыйны патэнцыял Рэспублікі Беларусь у міжнародным PR-пазіцыяніраванні.

Мэта працы: прапанаваць комплекс камунікацыйных мер па раскрыцці патэнцыяла Рэспублікі Беларусь у міжнародны PR-пазіцыяніраванні.

Метад даследвання: апісальны, аналітычны і параўнальны метады.

Атрыманыя вынікі: далі вызначэнне тэрміну «брэнд тэрыторыі», раскрылі яго сутнасць. Намі была апісана гістрыя развіцця нацыянальнага брэндынга. Мы прааналізавалі беларускі вопыт фарміравання нацыянальнага брэнда. Таксама мы за дапамогай шасцікутніку Анхальта прааналізавалі цяперашні нацыянальны брэнд Рэспублікі Беларусь. Мы вызначылі некалькі ключавых паведамленняў, якія могуць быць выкарыстаны ў міжнародным PR-пазіцыяніраванні. Выкарыстанне ключавых рысаў міжнароднага PR-пазіцыяніравання Беларусі ў комплексе мер па раскрыцці патэнцыяла Рэспублікі Беларусь у міжнародным PR-пазіцыяніраванні.

Навізна тэмы заключаецца ў выкарыстанні комплекснага падыхода падчас падрыхтоўкі прапановы комплекса камунікацыйных мер па раскрыцці патэнцыяла Рэспублікі Беларусь у міжнародным PR-пазіцыяніраванні.

Вобласць магчымага практычнага выкарыстання: праца можа быць выкарыстана ў якасці асновы для канструіравання нацыянальнага брэнда Рэспублікі Беларусь.

Аўтар працы пацвярджае даставернасць даследавання, а таксама аб’ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Михаленя П. А.

ABSTRACT

Thesis: pages – 54, sources – 33.

Key words: TERRITORIAL BRANDING, PR-POSITIONING, COMMUNICATIVE POTENTIAL, REPUBLIC OF BELARUS, COMPLEX OF COMMUNICATION MEASURES, COMPLEX APPROACH.

The object of the study: national brand of the Republic of Belarus.

The subject of the study: communication potential of the Republic of Belarus in international PR positioning.

The aim of the thesis: to propose a set of communication measures to disclose the potential of the Republic of Belarus in international PR positioning.

Research methods: descriptive, analytical and comparative methods.

The obtained results: gave the definition of the "territory brand", to revealed its essence. We described the history of the development of national branding. We analyzed the Belarusian experience of forming a national brand. We also analyzed the existing national brand of Belarus. After analyzing the current situation in Belarus with the help of the Anholt hexagon, we identified several key messages that may be used in international PR-positioning. We used The key features of the international PR positioning of Belarus in a complex of measures to uncover the potential of the Republic of Belarus in the international PR positioning.

The novelty of the topic is in the use of an integrated approach when preparing a proposal for a set of communication measures to uncover the potential of the Republic of Belarus in international PR positioning.

Area of possible practical application: work can be used as a basis for designing the national brand of the Republic of Belarus.

The author of the paper confirms the reliability of the research, as well as the objectivity of references to sources used in the work.

Mikhalenja P. A.
