

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК  
Кафедра социальной коммуникации**

**САВЧЕНКО**  
Мария Геннадьевна

**PR-ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА БАНКА**  
(на примере ОАО «АСБ Беларусбанк»)

Дипломная работа  
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»

Научный руководитель  
кандидат социологических наук,  
доцент Т. В. Купчинова

Минск, 2019

## АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – имидж банка. Предмет исследования дипломной работы – формирование имиджа банка с использованием PR-технологий. Цель дипломной работы – определить возможности и особенности PR-технологий в формировании имиджа банка. Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, описательный метод и метод сравнения, а также частнонаучные, используемые в социальных науках (глубинное интервью, контент-анализ).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: дана характеристика понятия и особенностей имиджа банка, описана структура имиджа банка, дана характеристика инструментам формирования имиджа банка, описаны понятия и виды PR-технологий, дана характеристика специфике использования PR-технологий в банковской сфере, показана на примере ОАО «АСБ Беларусбанка» практика использования PR-технологии при формировании его имиджа.

Новизна полученных результатов обусловлена малоизученностью специфики PR-технологий в формировании имиджа банка. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при разработке имиджевой стратегии банка.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

*Ключевые слова: имидж, структура имиджа, имидж банка, PR-технологии, PR-технологии в банковской сфере, банковский продукт и услуга, инструменты формирования имиджа банка.*