

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

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

КАЛИНА
Елена Александровна

**ИМИДЖ НАЦИОНАЛЬНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
ст. преподаватель
А. В. Колик

Допущена к защите

« ___ » _____ 2020 г.

зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью
доктор филологических наук, доцент И. В. Сидорская

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 69 стр., 70 источников, 15 приложений, 1 таблицу.

ИМИДЖ, КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ, ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА, ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ, ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА, ИМИДЖ МУЗЕЯ.

Объект исследования – имидж Национального художественного музея Республики Беларусь.

Предмет исследования – формирование и продвижение имиджа Национального художественного музея Республики Беларусь.

Цель исследования – на основе анализа деятельности Национального художественного музея Республики Беларусь по формированию и продвижению имиджа разработать ряд рекомендаций, способствующих оптимизации данного процесса.

Методы исследования: структурно-функциональный и сравнительный анализ, гипотетико-дедуктивный метод, индукция.

Полученные результаты и их новизна: изучены основные структурные компоненты корпоративного имиджа; определены эффективные технологии формирования имиджа организации сферы культуры и искусства, исследован фирменный стиль как элемент имиджа организации сферы культуры и искусства.

Новизна работы заключается в исследовании деятельности белорусских организации сферы культуры и искусств, а также выявлению универсальных технологий по формированию корпоративного имиджа организаций сферы культуры и искусств. Формирование корпоративного имиджа недостаточно исследовано в Беларуси, известно мало примеров целенаправленной деятельности организации по формированию имиджа.

Результаты дипломного исследования имеют практическую значимость. Они могут быть использованы в работе PR– специалистов по формированию имиджа организации, учёных-исследователей данной проблемы, преподавателями, аспирантами, магистрантами и студентами, изучающими связи с общественностью и имиджелогиию.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

Калина Е А.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае: 69 стар., 70 крыніц, 15 дадаткаў, 1 табліцу.

ІМІДЖ, КАРПАРАТЫЎНЫ ІМІДЖ АРГАНІЗАЦЫІ, ТЭХНАЛОГІІ ФАРМІРАВАННЯ ІМІДЖУ, ФІРМОВЫ СТЫЛЬ АРГАНІЗАЦЫІ, ІМІДЖ АРГАНІЗАЦЫІ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ І МАСТАЦТВА, ІМІДЖ МУЗЕЯ.

Аб'ект даследавання – імідж Нацыянальнага мастацкага музея Рэспублікі Беларусь.

Прадмет даследавання – фарміраванне і прасоўванне іміджу Нацыянальнага мастацкага музея Рэспублікі Беларусь.

Мэта даследавання – на аснове аналізу дзейнасці Нацыянальнага мастацкага музея Рэспублікі Беларусь па фарміраванні і прасоўванні іміджу распрацаваць шэраг рэкамендацый, якія спрыяюць аптымізацыі дадзенага працэсу.

Метады даследавання: структурна-функцыянальны і параўнальны аналіз, гіпатэтыка-дэдуктыўны метады, індукцыя.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: вывучаны асноўныя структурныя кампаненты карпаратыўнага іміджу; вызначаны эфектыўныя тэхналогіі фарміравання іміджу арганізацыі сферы культуры і мастацтва, даследаваны фірмовы стыль як элемент іміджу арганізацыі сферы культуры і мастацтва.

Навізна працы заключаецца ў даследаванні дзейнасці беларускіх арганізацыі сферы культуры і мастацтва, а таксама выяўленні універсальных тэхналогій па фарміраванні карпаратыўнага іміджу арганізацыі сферы культуры і мастацтва. Фарміраванне карпаратыўнага іміджу недастаткова даследавана ў Беларусі, вядома мала прыкладаў мэтанакіраванай дзейнасці арганізацыі па фарміраванні іміджу.

Вынікі дыпломнага даследавання маюць практычную значнасць. Яны могуць быць выкарыстаны ў працы PR -спецыялістаў па фарміраванні іміджу арганізацыі, навукоўцаў-даследчыкаў дадзенай праблемы, выкладчыкамі, аспірантамі, магістрантамі і студэнтамі, якія вывучаюць сувязі з грамадскасцю і іміджэлогію.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Каліна А.А.

THE ABSTRACT

The diploma thesis consists of 69 pages, 70 sources, 15 applications, 1 table.

IMAGE, CORPORATE IMAGE OF ORGANIZATION, IMAGE FORMATION TECHNOLOGIES, CORPORATE ORGANIZATION STYLE, THE IMAGE OF THE ORGANIZATION IN THE SPHERE OF CULTURE AND ART, THE IMAGE OF THE MUSEUM.

The object of the research – the image of the National Art Museum of the Republic of Belarus.

The subject of the research – the formation and promotion of the image of the National Art Museum of the Republic of Belarus.

The purpose of the work – based on the analysis of the activities of the National Art Museum of the Republic of Belarus on the formation and promotion of the image to develop a number of recommendations that contribute to the optimization of this process.

The Research methods: analysis, synthesis, comparative method, descriptive methods, deduction, integrated approach, expert interview.

The results and their novelty: the main structural components of the corporate image have been studied; the effective technologies of forming the image of the organization in the sphere of culture and art were determined, corporate style as an element of the image of the organization in the sphere of culture and art were explored.

The novelty of the work is to study the activities of Belarusian organizations in the sphere of culture and arts, as well as to identify universal technologies for forming the corporate image of organizations in the sphere of culture and arts. Formation of corporate image is not sufficiently studied in Belarus, there are only few examples of purposeful activity of the organization on image formation.

The novelty of the work is to study the activities of Belarusian organizations in the sphere of culture and arts, as well as to identify universal technologies for forming the corporate image of organizations in the sphere of culture and arts.

The results of the thesis are of practical importance. They can be used in the work of PR specialists in the formation of the organization's image, scientists and researchers of this problem, teachers, graduate students, undergraduates and students studying public relations, image management, organizational management.

The author of the work confirms the reliability of the diploma materials thesis and the independence of its implementation.

Kalina A.A.
