

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

КОВАЛЕВА
Виктория Александровна

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА
МАЛЫХ ГОРОДОВ БЕЛАРУСИ

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
А. В. Колик

Допущена к защите

«__» _____ 2020 г.

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

Минск, 2020

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 67 страниц, 2 рисунка, 51 источник, 7 приложений.

ИМИДЖ, РЕПУТАЦИЯ, БРЕНД, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ИМИДЖ, ГЕОБРЕНДИНГ, ПРОДВИЖЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ, МАЛЫЕ ГОРОДА БЕЛАРУСИ.

Объект научного исследования дипломной работы – имидж малых городов Беларуси.

Предмет исследования – технологии формирования и продвижения имиджа малых городов Беларуси.

Цель дипломной работы – выявить технологии формирования и продвижения имиджа малых белорусских городов.

В работе используются следующие методы исследования: наблюдение, дедукция, индукция, системный анализ, синтез.

Полученные результаты и их новизна: раскрыты понятие и сущность имиджа территории; выделены и проанализированы инструменты территориального имиджмейкинга; обоснована перспективность и значимость данного направления; определены особенности формирования имиджа малых городов Беларуси; проанализировано нынешнее состояние имиджа таких малых городов Беларуси, как Мстиславль и Браслав; определены перспективы развития привлекательного образа Мстиславля и Браслава.

Новизна дипломной работы заключается в анализе имиджа малых городов Беларуси, выявлении технологий их имиджмейкинга.

Область возможного практического применения: результаты дипломного исследования могут быть использованы в работе специалистов в сфере связей с общественностью, рекламы и смежных областей по формированию территориального имиджа и продвижению малых городов, а также исследователями данной проблемы, преподавателями, аспирантами, магистрантами, студентами, изучающими паблик рилейшнз и имиджологию.

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

Ковалева В. А.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае: 67 старонак, 2 малюнка, 51 крыніцу, 7 дадаткаў.

ІМІДЖ, РЭПУТАЦЫЯ, БРЭНД, ТЭРЫТАРЫЯЛЬНЫ ІМІДЖ, ГЕАБРЭНДЫНГ, ПРАСОЎВАННЕ ТЭРЫТОРЫІ, МАЛЫЯ ГАРАДЫ БЕЛАРУСІ.

Аб'ект навуковага даследавання дыпломнай працы – імідж малых гарадоў Беларусі.

Прадмет даследавання – тэхналогіі фарміравання і прасоўвання іміджу малых гарадоў Беларусі.

Мэта дыпломнай працы – выявіць тэхналогіі фарміравання і прасоўвання іміджу малых беларускіх гарадоў.

У працы выкарыстоўваюцца наступныя метады даследавання: назіранне, дэдукцыя, індукцыя, сістэмны аналіз, сінтэз.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: раскрыты паняцце і сутнасць іміджу тэрыторыі; выдзелены і прааналізаваны інструменты тэрытарыяльнага іміджмейкінга; абгрунтавана перспектывнасць і значнасць дадзенага кірунку; вызначаны асаблівасці фарміравання іміджу малых гарадоў Беларусі; прааналізаваны сучасны стан іміджу такіх малых гарадоў Беларусі, як Мсціслаў і Браслаў; вызначаны перспектывы развіцця прывабнага вобраза Мсціслава і Браслава.

Навізна дыпломнай работы заключаецца ў аналізе іміджу малых гарадоў Беларусі, выяўленні тэхналогій іх іміджмэйкінгу.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнага даследавання могуць быць выкарыстаны ў працы спецыялістаў у сферы сувязяў з грамадскасцю, рэкламы і сумежных абласцей па фарміраванні тэрытарыяльнага іміджу і прасоўванні малых гарадоў, а таксама даследчыкамі дадзенай праблемы, выкладчыкамі, аспірантамі, магістрантамі, студэнтамі, якія вывучаюць паблік рилейшнз і іміджалогію.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Кавалева В. А.

THE ABSTRACT

The thesis contains: 67 pages, 2 pictures, 51 sources, 7 applications.

IMAGE, REPUTATION, BRAND, TERRITORIAL IMAGE, GEOBRANDING, TERRITORY PROMOTION, BELARUSIAN TOWNS.

The object of the thesis' scientific research is the towns' image in Belarus.

The subject of the research is technologies of forming and promoting the towns' image in Belarus.

The purpose of the thesis is to point technologies for forming and promoting image of small cities in Belarus.

The following research methods are used: observation, deduction, induction, system analysis, synthesis.

The results obtained and their novelty: the concept and the essence of the territorial image are disclosed; the territorial instruments of image-making are identified and analyzed, the viability and significance of this area are demonstrated; the features of forming towns' image in Belarus are identified; the current state of the image of such towns in Belarus as Mstislavl and Braslaw is analyzed; Mstislavl's and Braslav's prospects of development of an attractive image are defined.

The novelty of the thesis is to analyze the image of Belarusian towns, to identify technologies of their image-making.

Field of possible application: the results of the thesis' research can be used in works of public relations specialists, in advertising and related fields, can form the territorial image and promote towns, as well as in works of this problem researchers, teachers, postgraduates, undergraduates, students studying public relations and image science.

The author confirms the authenticity of the materials and results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

Kovaleva V. A.
