

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

ВАРАВКА

Майя Алексеевна

**РЕКЛАМНАЯ И PR-КОММУНИКАЦИЯ БЕЛОРУССКИХ
БЕЛЬЕВЫХ БРЕНДОВ: ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА ПРИМЕРЕ БРЕНДОВ MARK FORMELLE И
MILAVITSA)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель кафедры
И. П. Шибут

Допущена к защите
«__» _____ 2021 г.
Зав. кафедрой технологий коммуникации
и связей с общественностью,
кандидат филологических наук Ю. И. Лукьянюк

Минск, 2021

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 59 страниц, 34 источника, 10 приложений.

Перечень ключевых слов: ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, РЕКЛАМНАЯ И PR-КОММУНИКАЦИЯ БЕЛЬЕВЫХ БРЕНДОВ.

Объект исследования – рекламная и PR-коммуникация в системе маркетинговых коммуникаций.

Предмет исследования – рекламная и PR-коммуникация бельевых брендов Mark Formelle и Milavitsa.

Цель работы – изучение влияния рекламной и PR-коммуникации на потребителей на примере бельевых брендов Mark Formelle и Milavitsa.

Методы исследования: теоретический анализ (классификация, анализ, синтез, обобщение); экспертное интервью.

Полученные результаты и их новизна: результаты дипломного исследования имеют практическую значимость. Они могут быть использованы в работе PR и HR-специалистов по формированию рекламной и PR-коммуникации организации, учёных-исследователей данной проблемы, преподавателями, аспирантами, магистрантами и студентами, изучающими связи с общественностью, имиджологию, организационный менеджмент.

Новизна работы заключается в комплексном анализе состояния основных составляющих интегрированных маркетинговых коммуникаций бельевых брендов Mark Formelle и Milavitsa, а также применяемых в компании коммуникативных технологий. Также в разработке комплексных рекомендаций по оптимизации коммуникации организаций с целевыми аудиториями.

Область возможного практического применения: результаты данного исследования и разработанные рекомендации могут быть применены для организации эффективной коммуникации компаний Mark Formelle с целевыми аудиториями.

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

М.А. Варавка