

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

ВОЛКОВА
Елена Сергеевна

**РЕСУРСЫ ВИДЕО-КОНТЕНТА В ФОРМИРОВАНИИ И
ПРОДВИЖЕНИИ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ
(НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ А1)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель
А. В. Колик

Допущена к защите

« ___ » _____ 2021 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью
кандидат филологических наук, доцент Ю. Н. Лукьянюк

Минск, 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 63 страницы, 2 рисунка, 69 источников.

ИМИДЖ, ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ, ВИДЕОКОНТЕНТ, ВИДЕОРЕКЛАМА, ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ИМИДЖА.

Объект научного исследования дипломной работы – ресурсы видеоконтента в формировании и продвижении имиджа организации.

Предмет исследования – ресурсы видеоконтента в контексте формирования и продвижения имиджа организаций сферы услуг.

Цель дипломной работы – исследовать ресурсы видеоконтента по формированию и продвижению имиджа организаций сферы услуг, а также предложить универсальные рекомендации по эффективному использованию ресурсов видеоконтента в формировании и продвижении имиджа организаций сферы услуг.

В работе используются следующие методы исследования: анализ, синтез, сравнение, наблюдение, дедукция, обобщение, опрос.

Полученные результаты и их новизна: раскрыты характеристики и сущность понятий «видеоконтент», «имидж организации»; изучены технологии создания и распространения современного видеоконтента; обоснована значимость влияния видеоконтента на имидж организации; рассмотрены случаи использования видеоконтента в коммуникации УП по оказанию услуг «А1» с целевыми аудиториями; даны рекомендации по использованию видеоконтента в коммуникационной деятельности по формированию и продвижению имиджа организаций сферы услуг.

Новизна дипломной работы заключается в анализе использования ресурсов видеоконтента в деятельности организации А1 и выявлении рекомендаций по использованию видеоконтента для других организаций сферы услуг.

Область возможного практического применения: результаты дипломного исследования могут быть использованы в работе специалистов в сфере связей с общественностью, рекламы и смежных областей, а также исследователями данной проблемы, преподавателями, аспирантами, магистрантами, студентами, изучающими публич рилейшнз, маркетинг, рекламу и имиджологию.

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

Волкова Е. С.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае: 63 старонкі, 2 малюнка, 69 крыніц.

ІМІДЖ, ІМІДЖ АРГАНІЗАЦЫІ, ВІДЭАКАНТЭНТ, ВІДЭА-РЭКЛАМА, ФАРМІРАВАННЕ І ПРАСОЎВАННЕ ІМІДЖУ.

Аб'ект навуковага даследавання дыпломнай працы – рэсурсы відэакантэнту ў фарміраванні і прасоўванні іміджу арганізацыі.

Прадмет даследавання – рэсурсы відэакантэнту ў кантэксце фарміравання і прасоўвання іміджу арганізацый сферы паслуг.

Мэта дыпломнай працы – даследаваць рэсурсы відэакантэнту па фарміраванні і прасоўванні іміджу арганізацый сферы паслуг, а таксама прапанаваць універсальныя рэкамендацыі па эфектыўным выкарыстанні рэсурсаў відэакантэнту ў фарміраванні і прасоўванні іміджу арганізацый сферы паслуг.

У працы выкарыстоўваюцца наступныя метады даследавання: аналіз, сінтэз, параўнанне, назіранне, дэдукцыя, абагульненне, апытанне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: раскрытыя характарыстыкі і сутнасць паняццяў «відэакантэнт», «імідж арганізацыі»; вывучаны тэхналогіі стварэння і распаўсюджвання сучаснага відэакантэнту; абгрунтавана значнасць ўплыву відэакантэнту на імідж арганізацыі; разгледжаны выпадкі выкарыстання відэакантэнту у камунікацыі УП па аказанні паслуг «А1» з мэтавымі аўдыторыямі; дадзены рэкамендацыі па выкарыстанні відэакантэнту ў камунікацыйнай дзейнасці па фарміраванні і прасоўванні іміджу арганізацый сферы паслуг.

Навізна дыпломнай працы складаецца ў аналізе выкарыстання рэсурсаў відэакантэнту ў дзейнасці арганізацыі А1 і выяўленні рэкамендацый па выкарыстанні відэакантэнту для іншых арганізацый сферы паслуг.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнага даследавання могуць быць выкарыстаны ў працы спецыялістаў сферы сувязяў з грамадскасцю, рэкламы і сумежных абласцей, а таксама даследчыкамі дадзенай праблемы, выкладчыкамі, аспірантамі, магістрантамі, студэнтамі, якія вывучаюць паблік рилейшнз і імідж-логію.

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

Волкава А. С.

THE ABSTRACT

The thesis contains: 63 pages, 2 pictures, 69 sources.

IMAGE, IMAGE OF THE ORGANIZATION, VIDEO CONTENT, VIDEO ADVERTISING, FORMATION AND PROMOTION OF THE IMAGE.

The object of scientific research of the thesis is the resources of video content in the formation and promotion of the image of the organization.

The subject of research is video content resources in the context of the formation and promotion of the image of organizations in the service sector.

The purpose of the thesis is to explore the resources of video content for the formation and promotion of the image of organizations in the service sector, as well as to offer universal recommendations on the effective use of resources of video content in the formation and promotion of the image of organizations in the service sector.

The work uses the following research methods: analysis, synthesis, comparison, observation, deduction, generalization, survey.

The results obtained and their novelty: disclosed the characteristics and essence of the concepts of "video content", "image of the organization"; the technologies of creation and distribution of modern video content have been studied; substantiated the importance of the influence of video content on the image of the organization; considered the cases of using video content in communication of the UE for the provision of services "A1" with target audiences; recommendations are given on the use of video content in communication activities for the formation and promotion of the image of organizations in the service sector.

The novelty of the thesis lies in the analysis of the use of video content resources in the activities of the A1 organization and the identification of recommendations for the use of video content for other service organizations.

Area of possible practical application: the results of the diploma study can be used in the work of specialists in the field of public relations, advertising and related fields, as well as researchers of this problem, teachers, graduate students, undergraduates, students studying public relations, marketing, advertising and imageology.

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

Volkava A. S.
