

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

ЛАШКЕВИЧ Александра Сергеевна

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КОММЕРЧЕСКОЙ КОМПАНИИ
СРЕДСТВАМИ PR
(на примере мобильного оператора А1)**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ
Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Елсукова Наталья Альбертовна
кандидат социологических наук,
доцент

Минск, 2023

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – PR-средства для формирования имиджа коммерческой компании. Предмет исследования – особенности использования PR-средств для формирования имиджа коммерческой компании мобильного оператора А1. Цель исследования – определить основные PR-средств, используемые для формирования имиджа коммерческой компании, влияющие на ее восприятие потребителями. Методы исследования – анализ информации теоретических источников, систематизация, обобщение, классификация, сравнение, графический метод представления информации, метод анкетного опроса.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выявлены понятия имиджа и сущности его формирования; рассмотрены средства PR и их роль в формировании имиджа коммерческой компании; рассмотрены основные направления деятельности унитарного предприятия А1; выявлены основные инструменты PR в формировании внешнего имиджа компании; проведён опрос абонентов мобильного оператора А1 с целью определить их отношение в соотношении с действиями компании, направленными на формирование ее положительного образа посредством PR.

Новизна полученных результатов обусловлена неимением данных в открытом доступе касательно степени влияния PR-средств на формирование имиджа компании мобильного оператора А1. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения как для компании А1, в части для отдела управления общественных связей и ESG, так и для сотрудников иных компаний. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: имидж, формирование имиджа, PR, средства PR, роль PR, отношение к PR-мероприятиям.