

Е. А. Костюкевич

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Министерство образования Республики Беларусь, ул. Войкова, 21, 225404 Барановичи, Республика Беларусь, +375298296201, kost.elena80@mail.ru

В. А. Жихар

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Министерство образования Республики Беларусь, ул. Войкова, 21, 225404 Барановичи, Республика Беларусь, +375333531615, zihhar.veronika@yandex.by

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ИНСТРУМЕНТОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СОЛИГОРСКОГО ФИЛИАЛА ОАО «СЛУЦКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»

Раскрыта сущность и значение PR-деятельности промышленных предприятий. Обозначены цель, задачи и функции PR-деятельности. Выявлены основные инструменты PR-деятельности. Отражена организация PR-деятельности на Солигорском филиале ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат». Определены направления повышения эффективности PR-деятельности.

Ключевые слова: PR; связи с общественностью; эффективность PR-деятельности, инструменты PR-деятельности.

Табл.: 1. Библиогр.: 9 назв.

E. A. Kostiukevich

Educational establishment "Baranovichi State University", Ministry of Education of the Republic of Belarus, ul. Voikova 21, 225404 Baranovichi, Republic of Belarus, +375298296201, kost.elena80@mail.ru

V. A. Jihar

Educational establishment "Baranovichi State University", Ministry of Education of the Republic of Belarus, ul. Voikova 21, 225404 Baranovichi, Republic of Belarus, +375333531615, zihhar.veronika@yandex.by

PRACTICE OF APPLICATION OF PR-TOOLS IN THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE SOLIGORSKAYA BRANCH OF JSC "SLUKA CHEESIS FACTORY"

The essence and significance of the PR-activity of industrial enterprises is disclosed. Marked goal, objectives and functions of PR-activities. Identified the main tools of PR activities. Reflects the organization of PR activities at the Soligorsk branch of OJSC "Slutsk cheese-making plant". The directions of increasing the efficiency of PR-activities were determined.

Keywords: PR; public relations; effectiveness of PR-activity, tools of PR-activity.

Tabl.: 1. Bibliogr.: 9 titles.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Васильева, М.М.* Связи с общественностью в органах власти. Учебник для академического бакалавриата / М.М. Васильева. – М.: Наука, 2016. – 495 с.
2. *Вылегжанин, Д.А.* Теория и практика публич рилейшнз / Д.А. Вылегжанин. – М.: Флинта, МПСИ, 2013. – 376 с.
3. *Зуляр, Ю.А.* Массовые коммуникации в рекламе / Ю.А. Зуляр. – М.: ИЛ, 2015. – 490 с.
4. *Кузнецов, В.Ф.* Связи с общественностью. Теория и технологии / В.Ф. Кузнецов. – М.: Аспект пресс, 2015. – 304 с.
5. *Ласковец, Е.В.* Связи с общественностью и реклама: учеб.-метод. пособие / Ласковец Е.В. – М.: Высшая школа, 2015. – 884 с.
6. Основные PR-инструменты / PRStudent [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа : <http://www.prstudent.ru/teoria/pr-instrumenty>. – Дата доступа : 13.04.2019.
7. *Филатова, О.Г.* Технологии и методы PR-продвижения информационных ресурсов. Вводный курс : учеб. пособие. – СПб.: НИУ ИТМО, 2012. – 73 с.
8. *Чумиков, А.Н.* Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учеб. пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. – М.: Дело АНХ, 2016. – 520 с.
9. *Шишкина, М.А.* Публич рилейшнз в системе социального управления / М.А. Шишкина. – СПб.: Паллада-медиа и Русич, 2002. – 444 с.