

Е.А.Костюкевич¹, В.А. Жихар²

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Министерство образования Республики Беларусь, ул. Войкова, 21, 225404 Барановичи, Республика Беларусь, ¹+375 (29) 829 62 01, kost.elena80@mail.ru, ²+375 (33) 353 16 15, zihar.veronika@yandex.by

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ИНСТРУМЕНТОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Раскрыта сущность и значение PR-деятельности промышленных предприятий. Обозначены цель, задачи и функции PR-деятельности. Выявлены основные инструменты PR-деятельности. Отражена организация PR-деятельности перерабатывающего предприятия. Определены направления повышения эффективности PR-деятельности.

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

Табл. 1. Библиогр.: 12 назв.

E. A.Kostiukevich¹, V.A. Jihar²

Baranovich State University, Ministry of Education of the Republic of Belarus, 21 Voikova str, 225404 Baranovich, Republic of Belarus, ¹+375 (29) 829 62 01, kost.elena80@mail.ru, ²+375 (33) 353 16 15, zihar.veronika@yandex.by

PRACTICE OF PR-INSTRUMENTS APPLICATION WHEN FORMING THE ORGANIZATION IMAGE

The essence and significance of the PR activities of industrial enterprises are disclosed. The purpose, objectives and functions of PR-activities are indicated. The main tools of PR-activity are revealed. Reflects the organization of PR-activities of the processing enterprise. Directions for increasing the effectiveness of PR activities.

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

Tabl. 1. Ref.: 12 titles.

Список использованных источников

1. *Васильева, М.М.* Связи с общественностью в органах власти : учеб. для акад. бакалавриата / М.М. Васильева. — М. : Наука, 2016. — 495 с.
2. *Вылегжанин, Д.А.* Теория и практика паблик рилейнз / Д.А. Вылегжанин. — М. : Флинта, МПСИ, 2013. — 376 с.
3. *Головачев, А. С.* Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / А. С. Головачев. — Минск : Выш. шк., 2015. — 687 с.
4. *Зуляр, Ю.А.* Массовые коммуникации в рекламе / Ю.А. Зуляр. — М. : ИЛ, 2015. — 490 с.
5. *Кузнецов, В.Ф.* Связи с общественностью. Теория и технологии / В.Ф. Кузнецов. — М. : Аспект пресс, 2015. — 304 с.
6. *Ласковец, Е.В.* Связи с общественностью и реклама : учеб.-метод. пособие / Е.В. Ласковец. — М. : Высш. шк., 2015. — 884 с.
7. *Ноздренко, Е. А.* Теория и практика связей с общественностью : курс лекций / Е. А. Ноздренко. — Красноярск : ИПК СФУ, 2008. — 63 с.
8. Основные PR-инструменты [Электронный ресурс] / PRStudent. — 2019. — Режим доступа : <http://www.prstudent.ru/teoria/pr-instrumenty>. — Дата доступа: 13.04.2019.
9. *Филатова, О.Г.* Технологии и методы PR-продвижения информационных ресурсов. Вводный курс : учеб. пособие. — СПб. : НИУ ИТМО, 2012. — 73 с.
10. *Чумиков, А.Н.* Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочарова, С.А. Самойленко — М. : Дело АНХ, 2016. — 520 с.
11. *Шишкина, М.А.* Паблик рилейнз в системе социального управления / М.А. Шишкина. — СПб. : Паллада-медиа и Русич, 2002. — 444 с.
12. *Barton J.* The life and death of advertising in the “consumer society” / J. Barton. — London, 2012. — 215 p.