

Ministry of Education and Science of Ukraine

National University of Food Technologies

90th
International scientific conference
of young scientist and students

"Youth scientific achievements
to the 21st century nutrition
problem solution"

April, 11–12 2024

Part 3

Kyiv, NUFT, 2024

Міністерство освіти і науки України

Національний університет харчових технологій

**90-та
Міжнародна наукова
конференція молодих учених,
аспірантів і студентів**

**"Наукові здобутки молоді –
вирішенню проблем
харчування людства у ХХІ
столітті"**

11–12 квітня 2024 р.

Частина 3

Київ НУХТ 2024

90th International scientific conference of young scientist and students "Youth scientific achievement to the 21st century nutrition problem solution", April, 11–12, 2024. Book of abstract. Part 3. NUFT, Kyiv.

The publication contains materials of 90th International scientific conference of young scientists and students "Youth scientific achievements to the 21st century Nutrition problem solution".

It was considered the problems of improving existing and creating new energy and resource saving technologies for food production based on modern physical and chemical methods, the use of unconventional raw materials, modern technological and energy saving equipment, improve of efficiency of the enterprises, and also the students research work results for improve quality training of future professionals of the food industry.

The publication is intended for young scientists and researchers who are engaged in definite problems in the food science and industry.

ISBN 978-966-612-317-9

© NUFT, 2024

Матеріали 90-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті", 11–12 квітня 2024 р. – Київ: НУХТ, 2024. – Ч.3. – 516 с.

Видання містить матеріали 90-ї Міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів "Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті".

Розглянуто проблеми удосконалення існуючих та створення нових енерго-та ресурсощадних технологій для виробництва харчових продуктів на основі сучасних фізико-хімічних методів, використання нетрадиційної сировини, новітнього технологічного та енергозберігаючого обладнання, підвищення ефективності діяльності підприємств, а також результати науково-дослідних робіт студентів з метою підвищення якості підготовки майбутніх фахівців харчової промисловості.

Розраховано на молодих науковців і дослідників, які займаються означеними проблемами у харчовій науці та промисловості.

ISBN 978-966-612-317-9

© НУХТ, 2024

21. PR як засіб самопрезентації: вплив стратегій комунікації на формування публічного іміджу

Аліна Мазур

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. У сучасному світі, де конкуренція на ринку праці та у соціальній сфері надзвичайно висока, ефективна самопрезентація виявляється ключовою для досягнення успіху та позиціонування себе в суспільстві. Піар, як стратегічний інструмент комунікації, відіграє значну роль у формуванні публічного іміджу особистості.

Матеріали і методи. Для досягнення мети тези було використано комбінацію кількох методів дослідження, включаючи аналіз наукової літератури з піару та самопрезентації, інтерв'ю з фахівцями у галузі комунікацій, а також аналіз прикладів успішної та неуспішної самопрезентації через піар у різних сферах життя.

Результати і обговорення. Дослідження підтвердили, що успішна самопрезентація через піар базується на адаптації комунікаційних стратегій. Виявлено, що вирішальну роль відіграє якість взаємодії з аудиторією, що вимагає від піар-професіоналів глибокого розуміння цільової групи та ефективного використання каналів комунікації, включаючи соціальні медіа та інтернет-ресурси. Також PR може бути використаний як інструмент для побудови автентичного іміджу, що базується на власних цінностях, місії та унікальних рисах особистості або організації. Успішна самопрезентація передбачає також використання інноваційних підходів до комунікації, які здатні привернути увагу аудиторії та створити позитивне сприйняття. Один із прикладів вдалої самопрезентації за допомогою PR – це стратегія особистого брендингу успішного підприємця Річарда Бренсона. Він використовує соціальні медіа, такі як X (Twitter) та LinkedIn, для активної комунікації зі своєю аудиторією. Бренсон регулярно ділиться своїми думками, ідеями та досвідом у сфері бізнесу та соціальної відповідальності. Крім того, він активно виступає на різних конференціях та заходах, що дозволяє йому не лише показати свої лідерські якості, але й підкреслити свою професійність у сфері підприємництва та інновацій. Бренсон також відомий своєю активною участю в різних благодійних та громадських ініціативах, що сприяє побудові його позитивного іміджу як успішного бізнесмена та соціального лідера. Його вдала самопрезентація сприяє позитивному сприйняттю його особистості та бренду, а також підвищує його авторитет у суспільстві та бізнес-середовищі.

Також, дослідження виявило, що невдала самопрезентація може призвести до негативних наслідків, включаючи розірвання взаємодії з аудиторією, втрату довіри та позитивного іміджу, а також потенційні втрати в сфері кар'єри чи бізнесу. Наприклад, на одній із презентацій Volkswagen фальсифікував дані про викиди дизельних двигунів, що призвело до значних штрафів і втрати довіри до компанії. Таким чином, дослідження підкреслює важливість комплексного підходу до піару як засобу самопрезентації для досягнення успіху та створення позитивного публічного іміджу.

Висновки. Наукове дослідження підтвердило важливість розуміння та використання піару як стратегічного інструменту для успішної самопрезентації в сучасному світі. Дослідження вказує на необхідність постійного аналізу та адаптації стратегій піару для ефективної комунікації та формування позитивного публічного іміджу як особистості, так і організації.

Література.

1. Офіційна сторінка Річарда Бренсона в X (Twitter). [Електронний ресурс]. URL: <https://twitter.com/richardbranson>

Керівник – ст. викл. Лелека О.О.