

**Тема выпускной квалификационной работы:** «Влияние рекламы и PR -технологий на создание и продвижение имиджа региона как туристской дестинации (на примере испанских и отечественных курортов)»

**Автор работы:** Наседкина Ангелина Эрнестовна

**Научный руководитель:** доктор филос. наук, профессор кафедры ТиГС Бурняшева Людмила Александровна.

**Актуальность темы исследования.** Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в современном мире туризм выступает как сложное многогранное социальное явление. В последнее время технологии формирования имиджа туристской дестинации находят все большее применение в сфере туризма, поскольку создание благоприятного имиджа туристской дестинации региона - одно из ключевых звеньев в деятельности по продвижению туристских услуг, достижению преимуществ в конкурентной борьбе. Высокая значимость имиджа туристской дестинации для успешного продвижения региона стимулирует развернутые исследования на эту тему, изучения имеющегося опыта.

**Цель работы** - выявить результативность влияния рекламы и PR технологий при создании и продвижении имиджа региона как туристской дестинации (на примере испанских и отечественных курортов).

**Задачи работы:**

Рассмотреть понятие «имиджа туристской дестинации» и его составляющие.

- Выявить технологии разработки и формирования имиджа туристской дестинации.

- Изучить рекламу и PR-технологии в качестве инструмента продвижения туристских дестинаций: на примере зарубежных курортов.

- Рассмотреть методику использования современных креативных технологий PR и рекламы в продвижении туристских дестинаций отечественных курортов.

- Провести анализ особенностей PR-технологии и рекламных мероприятий, влияющих на создание и продвижение имиджа туристских дестинаций испанских и отечественных курортов.

- Разработать стратегию повышения рейтинга туристских дестинаций испанских и отечественных курортов на основе внедрения рекламы и PR-технологий.

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Теоретическая значимость исследования заключается в возможности использования его положений и выводов в формировании и продвижении имиджа туристской дестинации в регионе КМВ и автономной области Андалусия, Испания.

Практическая значимость исследования заключается в разработке стратегий повышения рейтинга туристских дестинаций как отечественных, так и испанских курортов.

**Результаты исследования.** Настоящая работа включает в себя:

1. Теоретическую обоснованность методики использования современных креативных технологий PR и рекламы в качестве инструмента продвижения туристских дестинаций отечественных и зарубежных курортов в сети Интернет;

2. Анализ особенностей PR-технологии и рекламных мероприятий, влияющих на создание и продвижение имиджа туристских дестинаций испанских и отечественных курортов;

3. Разработку стратегии повышения рейтинга туристских дестинаций испанских и отечественных курортов на основе внедрения рекламы и PR-технологий.

**Рекомендации.** В дальнейшем результаты и выводы исследования могут быть использованы при формировании имиджа туристских дестинаций как курортов региона КМВ, так и автономной области Андалусия. Результаты исследования могут быть использованы в научном и учебном процессе, региональной научной и просветительской деятельности.