

Аннотация

Выпускная квалификационная работа на тему:
«Формирование благоприятного имиджа города
Пятигорска средствами визуальной коммуникации»
(проектно-творческий формат)

Автор: Кривоносова А.Н.

Стр.64, прилож. 2, библиограф. назв. 60.

Ключевые слова: имидж, бренд, брендинг, медиатизация, интернет-портал, визуальная коммуникация

Актуальность темы исследования. Значение брендинга города увеличивается с каждым годом не только в России, но и во всем мире. Местные органы власти все чаще приходят к пониманию того, что с качественным позиционированием и продвижением города увеличивается эффективность решения ряда проблем: политических, социальных, экономических, миграционных и т.д. Еще одним стимулом становится успех ряда городов и стран, удачно осуществляющих проекты по благоустройству территорий и привлечению капитала. Несмотря на кажущуюся простоту и скорость реализации, территориальный брендинг успел показать себя, как долгоиграющий проект, который при качественном выполнении, способен увеличить ресурсы города в несколько раз. Но прежде чем развивать имидж города, необходимо оценить текущую ситуацию и состояние территории.

Территориальный брендинг – один из самых эффективных способов по продвижению города и повышению его конкурентоспособности. Удачно проведенный брендинг способен повысить статус города. Создание интернет-портала и интерактивных карт относятся к продвижению территории и помогают развивать маркетинговые сообщения в дополнение к органически развитому имиджу и осознанию места.

Подобный вид брендинга очень важен для города Пятигорска. В этой связи, разработка интернет-портала и информационной карты по культурным достопримечательностям города Пятигорска является достаточно востребованной, социально-значимой и актуальной.

Цель работы: разработать интернет-портал «Культурный Пятигорск» средствами визуальной коммуникации.

Задачи:

- рассмотреть особенности формирования брендинга территории;
- выявить способы медиатизации брендинга территории;
- изучить текущий имидж г. Пятигорска с целью выявления преимуществ и недостатков;
- разработать интернет-портал «Культурный город».

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что ее выводы создают теоретическую базу для дальнейшего изучения и совершенствования способов и приемов формирования брендинга территории. Материалы и выводы работы могут быть использованы в качестве рекомендаций представителям органов исполнительной власти, муниципального управления, пресс-службам, занимающихся разработкой и реализацией концепции брендинга своих территорий.

Содержащиеся в работе научные представления и выводы о способах медиатизации брендинга территории дают возможность их использовать в практической сфере в качестве рекомендаций по созданию официального сайта, направленного на продвижения имиджа города. Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные в результате выводы могут быть использованы в учебном процессе вузов при преподавании дисциплин «Бренд-менеджмент» и «Имиджелогия», а также спецкурса «Территориальный брендинг».

Результаты исследования:

1. Создан макет-сайт, включающий в себя три основных раздела «По Лермонтовским местам», «По императорским местам» и «По местам литературных героев». Макет создан при помощи конструктора Wix, для этого был проведен анализ интернет конструкторов, выявлены сильные и слабые стороны.

2. Создана интерактивная карта «По Лермонтовским местам», она включает в себя места города Пятигорска имеющие непосредственное отношение к времяпрепровождению великого русского поэта на территории города. Карта состоит из описания мест и исторической справки на двух языках (русском и английском), геолокации и изображения мест.

3. Создана интерактивная карта «По Императорским местам», она включает в себя места города Пятигорска имеющие непосредственное отношение к одной из самых значимых семей в истории России, к семье Романовых. Карта состоит из описания мест и исторической справки на двух языках (русском и английском), геолокации и изображения мест.

4. Создан квест «По местам литературных героев», он состоит из 12 вопросов, относящихся к истории фильмографии и литературы. Вопросы составлены согласно историческим данным о произведениях литературы и кинематографа, имеющим непосредственное отношение к городу Пятигорску: проведение съемок на территории города, упоминание местности в произведениях литературы.

Рекомендации:

При создании сайта города необходимо:

1. Проведение маркетингового исследования внутренних и внешних факторов. Первое направлено на изучение текущей ситуации в городе: общее благосостояние, степень развития инфраструктуры, проблемы общества и т.д. Второе позволяет получить представление о городах-конкурентах, внешней экономической ситуации и других факторах.

2. Определение концепции города и его позиционирование. Необходимо учитывать отличительные особенности города, его достопримечательности и культурные ценности.

3. Выбор интернет-ресурсов при создании сайта. Следует проанализировать существующие интернет-площадки и определить те, что будут наиболее актуальны и удобны.

4. Размещение информации и проверка работы сайта. Стоит удостовериться, что внесена вся информация, а интернет-сервисы работают без перебоев.

