**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Киричек Кристины Владимировны**

**«Продвижение культурных ценностей имиджа Санкт-Петербурга в сфере туризма»**

**Н. рук. – Коваленко Наталья Петровна, д. психологических наук, профессор**

**Кафедра менеджмента массовых коммуникаций**

 **Очная форма обучения**

**Актуальность** темы дипломной работы обусловлена с одной стороны современной тенденцией изучения феномена имиджа города и способов его продвижения, а с другой стороны, большим интересом к изучению Санкт-Петербурга как туристического центра России. Важнейшей частью имиджа города являются культурные ценности. Туристическая сфера Санкт-Петербурга неразрывно связана с трансляцией культурных ценностей города.

**Новизна** данной работы заключается в том, что впервые рассмотрены технологии, которые используются для продвижения части имиджа города как культурные ценности.

**Целью** данной работы является изучение способов продвижения культурных ценностей для формирования имиджа города, на примере Санкт-Петербурга.

Исходя из данной цели, были поставлены следующие **задачи:**

* Проанализировать понятие «имидж»;
* Дать обоснования необходимости формирования и продвижения имиджа города;
* Изучить технологии используемые для продвижения имиджа города;
* Изучить значение культурных ценностей при формировании имиджа;
* Дать основания в необходимости продвижения имиджа города, именно, в туристической сфере;
* Рассмотреть PR-технологии, используемые для продвижения культурных ценностей города в туристической сфере;
* Проанализировать отношение туристов к культурным ценностям Санкт-Петербурга, и выявить способы их продвижения.

**Объектом** исследования являются культурные ценности как фактор формирования имиджа города.

**Предметом** исследования – способы продвижения культурных ценностей в туристической сфере.

Использован комплекс **методов исследования:** контент-анализ, анализ документов, анкетирование, наблюдение.

**Теоретическая основа** исследования состоит из зарубежной и отечественной литературы по теме маркетинга территории, имиджа и культурных ценностей города.

**Эмпирическую базу** исследования составили материалы социологических исследований, публикации, которые содержат в себе информацию о культурных ценностях; результаты анкетирования, нормативно-правовые документы.

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников и литературы и приложений.