**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Нижегородовой Ирины Юрьевны**

**«ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ»**

**Н. рук. – Семенова Лидия Михайловна,**

**доктор педагогических наук, доцент**

**Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Заочная форма обучения**

**Актуальность данного исследования** обусловлена важностью создания благоприятного имиджа региона среди молодежного населения, а также уникальным подходом к PR-деятельности ввиду геополитических особенностей Калининградской области.

**Цель работы** – выявить основные характеристики и технологии формирования регионального имиджа для молодежной аудитории на примере Калининградской области.

Для ее осуществления будут решены следующие **задачи**:

1) рассмотрена категория регионального имиджа, описаны характеристики
и технологии формирования имиджа региона в современном информационном пространстве;

2) проанализированы особенности формирования регионального имиджа применительно к молодежной аудитории;

3) изучены факторы, определяющие особенности Калининградской области
в качестве субъекта территориального имиджирования;

4) выявлены технологии формирования имиджа Калининградской области для молодежной аудитории в сфере спорта, образования, культуры и бизнеса;

5) исследован сложившийся медиаимидж Калининградской области, направленный на молодежь.

**Объектом** исследования является имидж региона для молодежной аудитории.

**Предмет** – технологии формирования имиджа Калининградской области для молодежи.

Соответственно цели и задачам в рамках структурно-функционального подхода были использованы такие **методы исследования**, как теоретические – анализ и синтез
и эмпирические – анализ документов, наблюдение, измерительный метод.

**Эмпирическая база** исследования представлена публикациями в СМИ
и материалами сайтов Агентства по делам молодежи Калининградской
области, Агентства по спорту Калининградской области и программы
"Ты – предприниматель" за октябрь 2014 – март 2015 гг.

**Структура дипломной работы** состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

Первая глава раскрывает теоретико-методологические основания формирования имиджа региона в современном информационном пространстве.

Для наглядного примера технологий формирования имиджа региона для молодежи во второй главе рассматриваются четыре основные сферы жизни юных граждан Калининградской области – культурная, спортивная, образовательная
и предпринимательская деятельность.

 На основании практических исследований, описанных во второй главе,
и теоретических положений первой главы сделаны определенные выводы, представленные в заключении работы.