Аннотация выпускной квалификационной работы
Наталевич Алеси Викторовны
*«Формирование и продвижение имиджа российского региона*

*(на примере Тульской области»*
Н. рук. – Шаркова Екатерина Андреевна, канд. полит. наук
Кафедра связей с общественностью в бизнесе СПбГУ
Очная форма обучения

Данная дипломная работа направлена на изучение процесса формирования и продвижения регионального имиджа на примере Тульской области. **Актуальность** темы исследования обусловлена необходимостью научного изучения информационно-коммуникативных процессов, влияющих на формирование имиджа региона, так как он является реальным управленческим ресурсом, который в существенной мере предопределяет успешность политических, экономических и социальных позиций региона. **Целью** исследования является выявление особенностей технологического процесса конструирования и продвижения имиджа региона аппаратом правительства Тульской области. Для достижения данной цели, автором были поставлены и решены следующие **задачи**:

* определить теоретические основы понятий «образ», «имидж», «имидж региона» и основные методологические подходы к проблеме конструирования и продвижения имиджа Тульского региона;
* проанализировать имидж Тульской области: дать оценку текущему состоянию, выявить основные проблемы и имиджеобразующие характеристики региона;
* проанализировать опыт подразделений аппарата правительства Тульской области по созданию имиджа региона и технологический процесс конструирования и продвижения имиджа Тульской области;
* разработать на основе проведенного анализа практические рекомендации по эффективному конструированию и продвижению имиджа Тульской области в символическом пространстве РФ.

**Объект** исследования – процесс конструирования и продвижения имиджа российского региона на примере Тульской области. **Предмет** исследования - деятельность подразделений аппарата Правительства Тульской области по формированию и продвижению имиджа региона. **Теоретико-методологическую** **основу** исследования составили научные работы таких ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области построения имиджа и брендинга территорий, как А. Чумиков, М. Бочаров, И. Арженовский, М. Яковлев, А. Панкрухин, Э. Кондратьев, Д. Маркони и др. **Эмпирическую базу** исследования составили нормативно-правовые акты Тульской области, PR-тексты, фото- и видеоматериалы с официального сайта правительства Тульской области, медиатексты в региональных и федеральных СМИ о Тульской области, а также материалы качественных и количественных исследований, проведенных автором работы (экспертные интервью, мониторинг и контент-анализ СМИ). **Структуру работы** составляет введение, теоретическая глава, практическая глава, заключение, список использованных источников и литературы, приложения.