**Аннотация выпускной квалификационной работы  
Мурашовой Юлии Григорьевны  
*«Разработка коммуникационной стратегии административно-делового комплекса Невская Ратуша»*  
Н. рук. – Слуцкий Павел Александрович, канд. полит. наук  
Кафедра связей с общественностью в бизнесе СПбГУ  
Очная форма обучения**

Данная дипломная работа направлена на создание коммуникационной стратегии бренда административно-делового квартала «Невская Ратуша», являющегося ключевой точкой роста Центрального района г. Санкт-Петербурга. Актуальность данной работы обусловлена необходимостью выстроить четкую систему внешних и внутренних коммуникаций бренда с целевой аудиторией таким образом, чтобы в будущем обеспечить высокую конкурентоспособность проекта на рынке коммерческой недвижимости Санкт-Петербурга, а также с помощью коммуникационных средств создать ценовую премию, т.е. добавочную стоимость аренды одного квадратного метра офисного пространства. **Целью** работы является разработка коммуникационной стратегии бренда административно-делового комплекса «Невская Ратуша», которая бы подчинялась бизнес-целям проекта, а именно – достижению ценовой премии в размере 100 – 150 руб. за 1 кв.м. площади. Для достижения поставленной цели автором были поставлены и решены следующие **задачи**:

* проанализировать состояние рынка коммерческой недвижимости Санкт-Петербурга на сегодняшний день
* проанализировать имидж проекта и действующую структуру коммуникаций
* исследовать отношение потенциальных и действующих клиентов к проекту
* создать эффективную коммуникационную стратегию, направленную на достижение ценовой премии

**Объектом** данного исследования является бренд Административно-делового комплекса «Невская Ратуша». **Предметом** исследования является структура коммуникаций компании и ее стратегические бизнес-цели.

**Теоретико-методологическую** **основу** данной дипломной работы составили труды таких ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области брендинга и управления маркетингов, как: Д. Аакер, В. Домнин, Капферер Ж.-Н., Р. Рэйли, а также С.А. Старов, К.Келлер и т.д.

**Эмпирическую базу** данной ВКР составили официальные аналитические отчеты компаний-консультантов в сфере недвижимости, внутренняя проектная документация компании, данные мониторинга СМИ из системы «Медиалогия», PR-тексты, фото- и видеоматериалы, а также материалы качественного исследования, проведенного автором работы (глубинное интервью). **Структуру работы** составляет введение, теоретическая глава, практическая глава в виде коммуникационной стратегии бренда, заключение, список использованных источников и литературы, приложения.