Аннотация магистерской диссертации

Илиевски Иваны

СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ МАКЕДОНИЯ

STRATEGIES AND TECHNOLOGIES IN THE FORMATION OF THE INVESTMENT IMAGE OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Н. рук. – Быкова Елена Владимировна, доктор филол. наук, профессор

Стратегические коммуникации в связях с общественностью и рекламе

Ключевые слова: имидж, инвестиционный имидж, туризм, инвестиционный климат, стратегии и технологии, Республика Македония.

Keywords: image, investment image, tourism, investment climate, strategies and technologies, Republic of Macedonia.

Актуальность данной работы определяется необходимостью системно использовать технологии современного маркетинга для разработки качественной стратегии по продвижению территории и инвестиционного имиджа Республики Македония, как экономически выгодной и привлекательной для сотрудничества, государственного партнёрства и инвестирования.

Новизна и практическая значимость заключается в недостаточном количестве научно-практических работ по инвестиционному имиджу Республики Македония в контексте Российской Федерации. Помимо этого, автором предложены некоторые практические шаги по созданию и изменению имиджа страны.

Объектом исследования выступает инвестиционный имидж Республики Македония.

Предмет исследования – технологии формирования инвестиционного имиджа страны.

Цель исследования – описать комплексную технологию продвижения территории и инвестиционного имиджа Республики Македония за рубежом.

Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие **задачи**:

1. Дать общую характеристику понятиям: имидж территории, инвестиционный имидж территории и инвестиционный климат территории;

3. Рассмотреть технологии маркетинга с целью дальнейшего применения на практике при формировании собственной концепции продвижения страны;

4. Охарактеризовать эмпирический объект исследования (инвестиционную сферу Македонии) с точки зрения экономического потенциала и наличия благоприятного инвестиционного климата в стране;

5. Используя основные методы исследования обозначить и проанализировать существующие технологии продвижения Республики Македония как инвестиционного объекта;

6. Оценить деятельности IR, используемую агентства “Invest Macedonia” при формировании инвестиционного имиджа страны;

7. Предложить собственный инструментарий для привлечения инвесторов, повышения лояльности и увеличения потока иностранных инвестиций в Республику Македония.

Теоретической основой диссертации являются работы Э. Галумова, Д. Гавры, Ю. Тарановой (технологии построения имиджа территории); работа «Маркетинг мест» Котлера; исследования Фирсова Ю. И. и Шаститко А. Е. про инвестиционной привлекательности.

Эмпирической базой являются официальные документы государственных органов, документы агентства “Invest Macedonia”, находящиеся в открытом доступе (в частности, в сети интернет), международных рейтинговых агентств, а также публикации российских информационных изданий в интернет-пространстве

Контент-анализ медиа-текстов и анализ документов являются основными **методами исследования** в диссертационной работе.

Структуру работы составляют введение, три главы, заключение, список использованной литературы и приложения.

В первой главе обоснованию и анализу подлежат такие ключевые понятия и категории как: имидж, инвестиционный имидж территории, инвестиционный климат, Investor Relations.

Во второй главе автором рассматриваются практические аспекты формирования имиджа Македонии: принципы формирования, международные рейтинговые оценки и информационный анализ материалов в российских СМИ.

В третьей главе сделан анализ коммуникативной деятельности агентства «Invest Macedonia», а также предложены рекомендации по улучшению инвестиционного имиджа Республики Македония.