

Тема выпускной квалификационной работы:

«Фотореализм как инструмент в формировании уникального имиджа региона»

Автор ВКР:

Студентка 4 курса ИМСТИЯ направление подготовки 43.03.02 - «Туризм» Бегларян Эмма Арменовна

Научный руководитель ВКР:

Кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической лингвистики Давыденко Л.Г.

Актуальность темы исследования:

Сегодня в динамичном, среди непрерывного потока информации, человеку ежедневно приходится обрабатывать обширный пласт сведений, причем из разных отраслей, что значительно снижает уровень глубокого восприятия получаемой информации. Именно фотореклама, в частности фотореализм помогает систематизировать сведения о различных туристских регионах.

Цель работы:

состоит в популяризации региона через фоторекламу в стиле фотореализма.

Задачи:

- рассмотреть понятие «фотореклама» и выявить его социальную значимость;
- выявить специфику организации фотовыставок в России и за рубежом;
- дать оценку туристским возможностям региона КМВ;
- определить предпосылки создания фотовыставок в регионе КМВ;

Теоретическая и практическая значимость исследования:

Теоретическая и практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности использования его основных положений и выводов для расширения представлений о месте и роли фоторекламы в трансформирующемся обществе. А разработанные нами фотокарточки могут быть использованы в качестве готового рекламного инструмента.

Результаты исследования:

В практической главе нашего исследования, мы разработали основные рекомендации для эффективной организации фоторекламы на территории КМВ, детально описывая методы и стили фоторекламы. Первый этап подготовительный, второй - практический. Экспонируемые фотографии будут отличаться по тематике и включать разнообразные сведения о регионе. Второй этап – практический. Он рассчитан на реализацию фотореализма в широком пространстве: фотовыставках, популяризацию работ в социальных сетях, что будет стимулировать продажи туров на КМВ и повышать интерес у потенциальных туристов.

Рекомендации:

По данным туристских компаний региона нами были успешно изучены предложения современного туристского рынка Кавказских Минеральных Вод, включая классические и абсолютно новые.

Статистика показывает, что сегодня популярны именно те дестинации, которые имеют четко очерченный имидж. Именно детали, которые будут представлены на фоторекламе будут демонстрировать имидж региона КМВ, как уникальную дестинацию с различными видами туризма, что также будет создавать позитивный имидж региона. Процесс реализации фоторекламы будет достаточно динамично развиваться. Это обусловлено тем фактом, что фотореклама может быть представлена в интернет пространстве. Также необходимо активно принимать участие во всевозможных выставочных мероприятиях, на наш взгляд, экспонируя регион и его уникальность, тем самым мы создаем общую картину региона КМВ.