

АННОТАЦИЯ

Выпускная квалификационная работа на тему:
«Проблемы позиционирования имиджа
провинциального города (на примере города
Георгиевска)»

Автор: Лихотина В.В.

Стр.88, библиограф. назв. 73.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью развития экономического, туристского, рекреационного и иного потенциала российских провинций, являющегося значимым источником формирования местного бюджета. Сегодня создание и позиционирование имиджа провинциального города становится наиболее значимым направлением деятельности местных органов власти, в связи с чем актуализируется задача исследования возможных стратегий позиционирования имиджа российского провинциального города. Одной из российских провинций, остро столкнувшихся с проблемой имиджевого позиционирования, является муниципальное образование Ставропольского края – Георгиевский городской округ. Исторический, природный, культурно-символический и личностный капитал этого муниципального образования, грамотно оформленный в стратегию имиджевого позиционирования, может послужить своего рода точкой роста, стать основой обретения городом собственной идентичности, сделать территорию Георгиевска более узнаваемой, интересной, помочь занять ему свою нишу в инвестиционно-туристической и производственной сферах. В это связи задачи исследования тенденций и перспектив оптимизации имиджа города также придает нашему исследованию требуемую актуальность.

Цель работы – выявить ключевые проблемы имиджевого позиционирования Георгиевского городского округа и определить перспективные направления их разрешения инструментами комплексной программы оптимизации имиджа города.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих **задач**:

- описать подходы к пониманию имиджа территории, представленные в трудах отечественных и зарубежных авторов;
- выявить возможные стратегии позиционирования имиджа провинциального города;
- проследить динамику развития имиджевой модели города Георгиевска;
- предложить комплексную программу оптимизации имиджа Георгиевского городского округа.

Результаты исследования. Основным результатом работы стала разработка комплексной программы оптимизации имиджа города Георгиевского городского округа. В соответствии с имеющимся имиджевым потенциалом города была определена стратегия его дальнейшего продвижения, а именно: позиционирование города как территории краевого значения с богатым (столичным) прошлым, историко-культурными и торгово-экономическими традициями. Через апелляцию к истории и современному потенциалу территории трансляция краевого значения города, его центрального положения (географического, транспортного) в развитии исторических, культурных и экономических связей с народами Кавказа и опорно-связующей роли в современном торгово-

экономическом и культурно-политическом взаимодействии с близлежащими субъектами Российской Федерации. Исследование объективных условий территории, ее внутренней среды, положительных и отрицательных факторов привлекательности города позволило выявить сильные (положительные факторы) и слабые (отрицательные факторы) привлекательности города Георгиевска, уточнить основные конкурентные преимущества территории, определяющие перспективные направления ее имиджевого позиционирования, а также ключевые риски, угрозы и опасности, способные осложнить процесс оптимизации имиджа города. Анализ полученных результатов позволил предложить комплекс мер, направленных на исправление выявленных слабых сторон города Георгиевска и реализацию имеющегося имиджевого потенциала города.

Ожидаемыми результатами программы должны стать повышение привлекательности Георгиевского городского округа среди различных категорий целевой общественности (местного населения, населения соседних территорий, российской и зарубежной общественности, бизнес-сообщества, инвесторов, туристов); поддержка муниципальной власти и ее инициатив; привлечение в город инвестиционных, трудовых и других ресурсов; повышение конкурентоспособности территории и производимых на ней товаров и услуг.

Ключевые слова: имидж, имидж территории, имидж города, идентичность, территориальный имиджмейкинг, позиционирование, стратегии продвижения.