

Особенности формирования имиджа территории

Набиуллина Миляуша Ильдаровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: milyanab18@gmail.com

Современные экономические реалии создают условия, при которых важным ресурсом становится бренд территории. Экономический кризис подталкивает города и государства к поиску дополнительных источников дохода. Чтобы расширить возможности, городам нужно уметь привлекать инвестиции, создавать рабочие места, увеличивать занятость населения, развивать туризм. В обществе потребления города, регионы, страны превращаются в продукты. Примером могут служить многие известные города мира: Санкт-Петербург («культурная столица России»), Копенгаген («лучший город для велосипедистов»), Амстердам («город каналов и мостов») [4]. Их привлекательность на рынке зависит от имиджа территории.

Проведенное исследование показало, что формирование бренда региона должно быть основано на комплексном подходе, который позволяет использовать брендинг как стратегический инструмент развития региона. Формирование бренда региона может обеспечить рост основных показателей, характеризующих уровень социально-экономического развития территории.

Источники и литература

- 1) Борисова О.М. Рождение привлекательной мифологии. Особенности формирования и оценки бренда города // ЭКО. - 2010. - № 5. - С. 104-114.
- 2) Важенина И. С. Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде. // Маркетинг в России и за рубежом, 2006. - N 6. - С. 82-98.
- 3) Визгалов Д. В. Маркетинг города: практики в поисках теории / Д. В. Визгалов // Маркетинг в России и за рубежом, 2008. - N 3. - С. 78-85.
- 4) Котлер Ф. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. / Ф. Котлер [и др.] // Рекламодатель: теория и практика, 2009. - N 2. - С. 31-45.
- 5) Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: Учебное пособие. М.: Изд-во РАГС, 2002.
- 6) Сперанская Т.С. Развитие регионов: опыт Франции и перспективы России // Проблемы прогнозирования . 2008. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-regionov-opyt-frantsii-i-perspektivy-rossii>
- 7) Sovetnik.ru [Электронный ресурс] // Профессиональный PR портал Sovetnik.ru, ИД "Целовые медиа". 2000-2015. URL: http://www.sovetnik.ru/journal/archive/article_5880.html?template=96
- 8) Forbes [Электронный ресурс] // Forbes. 2015. URL: <http://www.forbes.ru/stil-zhizni-slideshow/puteshestviya/188010-10-primerov-uspeshnogo-rebrandinga-gorodov/slide/1>