

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение. Формирование имиджевой стратегии России как стратегический приоритет	5
ЧАСТЬ I. Концептуальные основы имиджевой стратегии России	7
Глава 1. Имидж России в мировых каналах коммуникаций: основные проблемные зоны коммуникационной стратегии.	7
Глава 2. Концептуальный подход к формированию имиджевой стратегии России: имидж в парадигме «гибкой власти»	18
Глава 3. Социокультурные основы имиджевой стратегии России: архетипы и герои.	43
Глава 4. Уроки истории: основные этапы формирования имиджа России в мировом коммуникационном пространстве	54
Глава 5. Мировой опыт формирования государственных брендов	65
ЧАСТЬ II. Национальный брендинг как стратегия продвижения имиджа России в мировых каналах коммуникаций	76
Глава 1. Концепция национального брендинга: основные этапы и технологии.	76
Глава 2. Идеиные основы развития государственного бренда России.	84
Глава 3. Критерии эффективности национального брендинга: зарубежный опыт и российские реалии	86
ЧАСТЬ III. Стратегия территориального брендинга	91
Глава 1. Имиджевая политика России в региональном измерении	91
Глава 2. Новые вызовы для городов и регионов: актуальность территориального ребрендинга	102

Глава 3. Имидж в конкурентной борьбе территорий	115
Глава 4. Концептуальные аспекты формирования имиджа городов и регионов	123
Глава 5. Зарубежный и российский опыт формирования привлекательного имиджа территорий	135
Заключение	146
Приложения	148
Приложение 1. Комплексная целевая программа «Формирование имиджа города Новосибирска до 2020 года»	148
Приложение 2. Имиджевая стратегия г. Томска (2009–2011 гг.)	168
Приложение 3. Концепция имиджевой политики Якутии (Республика Саха)	192