

Пашкус Маргарита Вадимовна
Формирование культурного бренда города и арт-рынок: взаимовлияние и проблемы развития в России
(на примере Санкт-Петербурга)

Научный руководитель
Тулякова Ирина Ростиславовна, к.э.н., доцент

Проблема экономического развития территории, как единой хозяйственной и культурной единицы, в настоящее время становится все более важной. Формирование сильных культурных брендов городов имеет тесные связи с уровнем развития арт-рынка, развиваемого в стране и четко ассоциируемого с конкретным городом.

Целью исследования является разработка теоретических основ культурного бренда города, ассоциированного с уровнем развития арт-рынка, и выявление направлений формирования сильного культурного бренда Санкт-Петербурга.

Основными задачами магистерской диссертации в соответствии с поставленной целью являются:

- Выявление специфики формирования бренда городов;
- Изучение взаимовлияния культурного бренда города и арт-рынка;
- Разработка подходов к оценке брендов города;
- Оценка глобальной конкурентоспособности бренда Санкт-Петербурга в сравнении другими известными культурными брендами;
- Разработка модели совершенного арт-рынка на основе проведенных исследований;
- Оценка бренда и глобальной конкурентоспособности Санкт-Петербурга;
- Разработка рекомендаций по развитию культурного бренда Санкт-Петербурга во взаимосвязи с развитием российского арт-рынка.

Автор раскрыл специфику терминологии бренда территории, разработал авторское определение бренда города и адаптировал применение механизмов прорывного позиционирования к продвижению арт-объектов и созданию сильных брендов городов.

В работе проведена разработка методики оценки ценности бренда города, проведен сравнительный анализ культурного бренда Санкт-Петербурга с другими культурными брендами городов, в значительной степени ассоциированных с арт-сферой, использующих элементы прорывного позиционирования. Так же автором была предложена модель совершенного арт-рынка, которая может способствовать созданию соответствующей инфраструктуры арт-рынка Санкт-Петербурга и оказывать позитивное влияние на формирование сильного культурного бренда города.

Ключевые слова: бренд города, культурный бренд, арт-рынок, модель совершенного арт-рынка