Королева Алина Алексеевна

МГИМО МИД России

Преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью,

К. культурологии

alkoroleva@gmail.com

Бренд Испания: восприятие внутри страны и за рубежом

Вопреки экономическим и политическим трудностям, с которыми сталкивалась Испания на протяжении последних 20 лет, регулярная работа по конструированию и продвижению бренда Испания велась и принесла положительные результаты.

В настоящее время существует достаточно много исследований, посвященных территориальному брендингу, представляющих различные подходы, выборку и методологию. Для демонстрации роли удовлетворенности местного населения в позиционировании территориального бренда Испании проанализированы результаты наиболее репрезентативных рэнкингов: Индекс национальных брендов (Nation Brand Index) С. Анхольта; рэнкинг «Рейтинг репутации стран мира» (Country RepTrack) и исследования внешнего и внутреннего имиджа Испании Королевского Института Элкано (Real Instituto Elcano).

Результаты исследований в области территориального брендинга подтверждают тезис верховного комиссара государственного проекта «Бренд Испания» (Marca España) Карлоса Эспиносы, что в Испании бренд страны оценивается ниже, чем за рубежом, но вместе с тем положительная динамика восприятия имиджа Испании говорит об эффективности работы данного проекта и конкурентоспособности бренда Испания на современном этапе.