



IV INTERNATIONAL  
WEB-CONFERENCE  
NOVEMBER 29-30, 2018

# CONNECT UNIVERSUM

## DIGITAL PLACE BRAND MANAGEMENT: GLOBAL AND LOCAL ASPECTS



Национальный  
исследовательский

**Томский  
государственный  
университет**

### Уважаемые коллеги!

Вас – исследователей и профессионалов-практиков, интересующихся вопросами брендинга территорий в эру цифровых технологий, приглашает к участию в IV Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции «Connect-Universum-2018» старейший в Сибири Томский императорский университет, а ныне – Национальный исследовательский Томский государственный университет (НИ ТГУ), отмечающий в этом году своё 140-летие.

### Тема конференции: **«Цифровой бренд-менеджмент территорий: глобальный и локальный аспекты»**

«Connect-Universum-2018» предлагает обсудить проблематику конструирования бренда территорий (глобальных и локальных) и управления им с помощью цифровых и интернет-технологий с позиций различных научных дисциплин и коммуникативных практик.

Актуальность данной проблематики обусловлена трендами Четвёртой промышленной революции (Клаус Шваб), среди которых: *глобализация и цифровизация экономик и культур; расширение спектра инновационных технологий, включая искусственный интеллект и интернет-вещей,*

и их конвергенция; гибридизация онтологии сетевого информационно-коммуникативного общества, стирающая границы между реальным и виртуальным (Mixed reality, MR); *интенсификация мобильности людей и капиталов; беспрецедентный рост конкуренции во всех сферах и на всех уровнях.*

Эти тренды становятся серьезными вызовами для управляющих территориями разного уровня и масштаба, перед которыми стоят задачи по удержанию экономической независимости и поиску культурной идентичности территорий, формирования уникальных

торговых предложений (УТП) как важнейшего фактора конкурентоспособности; а также создания новых международных, национальных, региональных, муниципальных и прочих инфраструктур как «точек притяжения» для мобильности людей и капиталов.

Поскольку ключевым каналом для эффективного позиционирования и продвижения брендов территорий в условиях развития информационно-сетевого общества является интернет, именно *цифровой бренд-менеджмент* становится основным способом успешной реализации любой территориальной бренд-стратегии.



Согласно концепции Саймона Анхольта (Simon Anholt), впервые использовавшего понятие «брендинг мест/территорий» (place branding), -

- *Территориальный бренд* — это бренд страны, региона, города либо иного территориального образования, выступающий важным фактором продвижения территории, опирающийся на политический, экономический, социокультурный потенциал территории и природно-рекреационные ресурсы, а также бренды товаров и услуг, локализованные в определенной географической местности.

- *Бренд территории* представляет собой ментальную конструкцию, набор восприятий в воображении потребителя, является одним из самых мощных инструментов коммуникации с ее целевыми аудиториями.

- Соответственно, цифровой *брендинг или бренд-менеджмент территории* - это целенаправленное формирование её образа с помощью различных цифровых и интернет-технологий. Это создание комплекса определенных устойчивых представлений (ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик) о территории в сознании целевых аудиторий и управление этим комплексом в режиме онлайн и офлайн с целью

повышения узнаваемости бренда территории в электронном информационном пространстве для привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов, обеспечивающих приток финансовых ресурсов.

*Территория* в данном случае рассматривается в самом широком смысле: как географический и социокультурный ареал, государство и межгосударственное объединение, регион, город, отдельный микрорайон, поселение; национальный и технологический парк; промышленная, сельскохозяйственная и курортная зона; крупный торговый комплекс, университетский кампус и т.д.

Как известно, в цифровую эпоху человек сначала идет в Сеть, а потом куда-либо едет и инвестирует (или не едет и не инвестирует). Виртуальные/цифровые образы территорий конкурируют за внимание и лояльность пользователей Сети, а «режиссеры» этой конкурентной борьбы создают всё новые и новые способы управления их восприятием и поведением, чтобы в итоге конвертировать «капитал подвижности» (В. Кауфманн) людей в их реальную мобильность, превратить виртуальное путешествие в настоящее посещение города, региона, страны. Особую роль при этом играют блогеры как

агенты влияния в интернет. Свой вклад в формирование образа территории вносят и обычные пользователи социальных медиа как участники сетевых сообществ. Будучи жителями или гостями городов, туристами или мигрантами, они оставляют в интернет свои высказывания и комментарии, фотографии и видео, отзывы и геометки. Эти «цифровые впечатления» из первых рук вызывают доверие и влияют на мнение и решения людей. Наряду с бренд-менеджерами и блогерами, пользователи Сети становятся акторами процесса формирования цифрового бренда территории. В конечном счете, все вместе они делают мир открытым, узнаваемым, привлекательным, мобильным, глобальным.

Погружение проблематики цифрового бренд-менеджмента территорий в трансдисциплинарное поле позволяет взглянуть на эту высокотехнологичную комплексную практику как с позиций проблемы эффективного управления территориальным брендом, так и с позиций осмысления её сущности и роли в информационно-сетевом обществе.

Организаторы конференции «Connect-Universum-2018» планируют обсуждение предложенной темы **в режиме 2-х дневного вебинара.**

## ОРГАНИЗАТОРЫ:



Центр исследований  
НИ ТГУ «Транссибирский  
научный путь» (TSSW)  
<http://tssw.ru/>



Кафедра  
социальных  
коммуникаций  
факультета психологии  
НИ ТГУ  
<http://pr.tsu.ru>

Лаборатория  
гуманитарных  
новомедийных технологий  
НИ ТГУ

## ПАРТНЕРЫ:



Институт управления пространством Манчестерского университета Метрополитен, Великобритания  
<http://www.placemanagement.org>



Томская региональная общественная организация социальных коммуникаций (ТРОО СК) «Стратегия успеха»  
<http://pr.tsu.ru/success/>

### ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

- Особенности цифрового бренд-менеджмента в эпоху Четвертой промышленной революции
- «Гибридная» онтология информационно-сетевого общества как общий контекст конструирования бренда территории и управления им: социально-философский, философско-антропологический и культурологический аспекты
- Смарт-сити как актуальный урбанистический концепт в позиционировании и продвижении городов
- Социально-психологические и антропологические аспекты бренд-менеджмента территорий в новых медиа
- Лингвистические и семиотические методы конструирования бренда территории в Интернет
- Роль факторов мобильности в цифровом бренд-менеджменте территорий: географический, социологический, экономический, образовательный аспекты
- Политические и экономические «барьеры» в цифровом бренд-менеджменте территорий
- Цифровой брендинг территорий как управленческий ресурс
- Правовые аспекты бренд-менеджмента территорий: российский и зарубежный опыт
- Маркетинг пространств в цифровую эпоху: современные подходы и кейсы
- Роль трэвел-журналистики и цифрового номадизма в продвижении территорий
- Культурные практики и цифровой бренд-менеджмент территорий (дизайн, творческие индустрии, ивенты)
- Цифровой бренд-менеджмент как высокотехнологичная комплексная практика
- Цифровой бренд-менеджмент: лучшие мировые и российские кейсы
- **и другие вопросы, предложенные участниками конференции**

Организаторы web-конференции ведут переговоры с потенциальными ключевыми спикерами и надеются на традиционно активное участие экспертов, исследователей и практиков из целого ряда стран.

**Рабочие языки конференции – русский и английский**

## УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ ВОЗМОЖНО В ОДНОМ ИЗ ТРЁХ СТАТУСОВ:

- 1) «ключевой спикер» (выступление с научным докладом или презентацией проекта/кейса на пленарной части конференции в режиме вебинара с размещением текста выступления на сайте и бесплатной публикацией в сборнике материалов конференции, РИНЦ);
- 2) «спикер» (материалы размещаются на сайте конференции и по желанию публикуются в сборнике материалов конференции, РИНЦ);
- 3) «участник дискуссии» (зарегистрированный слушатель онлайн-трансляции конференции с возможностью обсуждать и комментировать доклады в чате вебинара).

Для всех «ключевых спикеров» и «спикеров» на сайте конференции создаются персональные страницы на двух языках. Статус «ключевого спикера» присваивается участнику конференции международным экспертным советом конференции в зависимости от уровня представленного им доклада/презентации (актуальности, содержательности, новизны, креативности и пр.).

Все спикеры получают электронные сертификаты участников международной трансдисциплинарной научно-практической web-конференции.

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОМЕНТЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

**15 сентября 2018 г.** – срок подачи заявки на участие в конференции (см. формы заявок для [«исследователей»](#) и [«практиков»](#)).

**1 ноября 2018 г.** – срок подачи материалов для размещения докладов и мультимедийных презентаций на русскоязычной или/и англоязычной версии сайта.

Все **материалы** и возможные вопросы **присылать на электронную почту** оргкомитета конференции: [connectuniversum@gmail.com](mailto:connectuniversum@gmail.com)

Программа конференции появится на сайте за 10 дней до мероприятия.

**Регистрация на вебинар** будет объявлена на [сайте конференции](#) 15 ноября.

**Для публикации** доклада/статьи в сборнике материалов конференции (РИНЦ) необходимо прислать **к 1 ноября** текст, оформленный в соответствии с [требованиями](#).

Участие в конференции, размещение всех авторских научных текстов и практических кейсов на её сайте, а также публикация докладов в электронном варианте сборника материалов конференции (РИНЦ) – **бесплатно**. Печать и отправка бумажного варианта сборника - **за счет автора публикации** (стоимость будет оговариваться отдельно).

«Цифровые следы» очередной web-конференции останутся на её двуязычном сайте, где до сих пор доступны материалы трёх предыдущих web-конференций «Connect-Universum»: доклады мировых экспертов и исследователей [цифрового номадизма](#) (2016 г.), [визуальных коммуникаций в новых медиа](#) (2014 г.), проблемы [влияния новых медиа на сознание и поведение молодежи](#) (2012 г.).

## ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

E-mail:  
[connectuniversum@gmail.com](mailto:connectuniversum@gmail.com)

Сайт конференции:  
<http://connect-universum.com> (en)  
<http://connect-universum.tsu.ru> (ru)

Адрес:  
г. Томск, Московский тракт, 8, офис №419.

Тел. 8 (3822) 529 537