ИПМЭиТ на конференции «Маркетинг территорий»: развиваем сотрудничество с профильным бизнесом

На первой неделе ноября в Санкт-Петербурге в отеле «Park Inn by Radisson Прибалтийская» в рамках третьего дня работы XX Общероссийского форума «Стратегическое планирование в регионах и городах России» состоялась II Ежегодная конференция «Маркетинг территорий – Алгоритмы процветания: стратегии и маркетинг».

Организаторами конференции выступили Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга и Санкт-Петербургской государственное бюджетное учреждение «Конгрессно-выставочное бюро».

Конференция «Маркетинг территорий» является эффективной площадкой для обсуждения представителями бизнеса, органами власти и профессиональных сообществ условий и способов повышения инвестиционной привлекательности регионов и конкурентоспособности города для развития предпринимательства и создания комфортной городской среды. В рамках деловой программы участники определяют лучшие практики и наиболее перспективные инструменты вовлечения населения в территориальный маркетинг, а также обсуждают вопросы развития

предпринимательства через формирование территориального бренда и продвижение дестинации.

Конференция состояла из двух сессий. На первой сессии «Стратегия – маркетинг – продукт – население: синхронизация механизмов клиентоцентричности для развития и процветания» выступили представители правительства Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Особый интерес у участников сессии вызвало выступление Анастасии МИХАЛЬЧЕНКО, директора ГКУ «Агентство экономического развития Ленинградской области», в которой она показала пути и направления развития области.

На второй сессии «Узнай, полюби и гордись территорией. Брендинг и имидж», посвященной брендингу территорий, выступили представители рекламных и брендинговых агентств со своими кейсами по разработке брендов регионов, городов и отдельных районов и территориальных проектов в городах, а также представители ВУЗов и СМИ: Андрей БАРАННИКОВ, генеральный директор SPN Communications; Алексей БУТЕНКО, руководитель управления специальных проектов ТАСС; Дмитрий ГАВРА, заведующий кафедрой связей с общественностью в бизнесе Санкт-Петербургского государственного университета; Ксения ЛОГИНОВА, партнер брендингового агентства ENDY; Владимир ТОМКО, директор по развитию брендингового агентства «Мелехов и Филюрин»; Елена ЮФЕРЕВА, генеральный директор Brandson Branding Agency; Владимир МАРИНОВИЧ, эксперт по стратегическому развитию, цифровой трансформации, сооснователь сети «Цифровые кочевники».

В рамках данной сессии участие в обсуждении на круглом столе приняли также доцент ВШПМ Ирина Михайловна ЗАЙЧЕНКО и доцент ВШПМ Анастасий Игоревич КЛИМИН, которые представили опыт реализации образовательных программ бакалавриата и магистратуры по маркетингу, реализуемых в направлении «Менеджмент».

«Произвели впечатление выступления Андрея БАРАННИКОВА, который рассказал о разработке территориального бренда «Silk Road Samarkand» – территории и туристического комплекса, созданных к саммиту ШОС в Самарканде, а также Владимириа ТОМКО с кейсом по разработке инвестиционного бренда «Ugra Open For» для Ханты-Мансийского автономного округа», – поделились своими впечатлениями преподаватели ВШПМ.

После сессии ЗАЙЧЕНКО И.М. и КЛИМИН А.И. провели переговоры с Анастасией МИХАЛЬЧЕНКО и Владимиром МАРИНОВИЧЕМ на предмет дальнейшего сотрудничества и выступления перед студентами ИПМЭиТ с гостевыми лекциями. В частности, Владимир МАРИНОВИЧ высказал готовность рассказать о своем проекте «Цифровые кочевники» в рамках реализуемой концепции цифровой трансформации бизнеса.