

Командный конкурс территориального брендинга

Задание для команд

1.

Выберите населенный пункт из категории малых и средних городов России (или сельских населенных пунктов, выбор — на усмотрение команды).

Подготовьте план продвижения этого населенного пункта на ближайшие три года.

Этот план должен содержать:

- аналитическую часть (описание современного состояния, исторического прошлого, включая события, персоны, связанные с ним, в том числе и вымышленные, легендарные, перспективы будущего, цифры, в том числе и сравнительные), выводом из которой должно стать описание проблемы;

- описание цели продвижения;

- описание целевых групп (всех вовлеченных или по выбору) и формулировки ключевых сообщений для них;

- описание концептуальной основы для продвижения;

- описание каналов коммуникации;

- описание критериев оценки эффективности плана продвижения.

Формат описания — текст в Word (расширение .doc или .rtf), шрифт TNR, кегль 14, межстрочный интервал — 1,5, поля — со всех сторон 2 см.

Объем описания — не менее 5 страниц.

Оценивается: качество аналитической части, адекватность выявленной проблемы, качество описания ЦА, адекватность концепции, легшей в основу плана продвижения, адекватность предлагаемых каналов коммуникации, понимание способов оценки эффективности предлагаемого плана.

Работы присылаются на почтовый адрес: ta.rada@mail.ru до 20.04.2020.

При отсутствии подтверждения получения файла просим связываться по телефону: +79048920164.

2.

Команды должны подготовить видеосюжет, в котором презентуют свой план продвижения выбранного ими населенного пункта.

Хронометраж видео — 3 минуты (до 180 сек.).

Содержание видео должно включать: 1) устное выступление одно или нескольких спикеров от команды (команда и спикеры должны быть названы либо устно, либо в субтитрах); 2) презентацию в форматах Power Point или др.

Формат видео — mp4 или avi, 1920x1080.

Видеосюжеты или ссылки присылаются до 20.04.2020 на почтовый адрес: yarprfest@gmail.com

Всероссийская студенческая олимпиада
по рекламе и связям с общественностью (финал) 2019-2020 уч.г.
Сибирский государственный
университет науки и технологий имени акад. М.Ф. Решетнева, г. Красноярск

Команды должны дать контактные данные не менее чем двух участников для срочной связи в случае невозможности скачивания или возникновении других технических проблем.

Для подготовки к этому конкурсу можно использовать разные источники, прежде всего ресурсы местных администраций, исторические данные и т.п.

Ресурсы и книги, которые могут быть полезны

Живое наследие. Создание российской карты локальных культурных брендов
<https://livingheritage.ru>

Малые города в социальном пространстве России: [монография]. – М.: ФНИСЦ РАН, 2019. – 545 с. Текст электрон. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=1198&id=7751

Гэд Томас. 4D брэнддинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики.

Суздаль. Это моя земля. Легенды и мифы Владимиро-Суздальской земли. М.: Издательские решения, 2019. 173 с.

Кейт Динни. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М.: Иванов, Манн и Фербер, 2013. 336 с.

Лавров А.М., Сурнин В.С. Региональный маркетинг и тенденции его развития. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2007. 413 с.

Панкрухин А.П. Маркетинг территории. СПб.: Питер. 2006. 416 с.

Визгалов Д.В. Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. 110 с.

Замятин Д.Н. Геокультурный брендинг городов и территорий. Книга для тех, кто хочет проектировать и творить другие пространства. СПб.: Алетейя, 2020. 668 с.