



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.

Конференция пройдет в рамках Третьего международного форума университетских городов (Томск, НИ ТГУ, 28-30 ноября 2018 г.).

**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

# УЧЕНЫЕ-ИССЛЕДОВАТЕЛИ, УНИВЕРСИТЕТСКИЕ ПРЕПОДАВАТЕЛИ И ПРОФЕССИОНАЛЫ-ПРАКТИКИ, ДАВШИЕ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ СОГЛАСИЕ НА УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ В СТАТУСЕ КЛЮЧЕВОГО СПИКЕРА:

**Ирина Архангельская** (Irina Arkhangelskaya)

д-р филол. наук, профессор кафедры литературы и межкультурной коммуникации НИУ ВШЭ - Нижний Новгород; профессор кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, **Россия**. Исследователь в области теории коммуникации, массовой коммуникации, теории связей с общественностью, межкультурных коммуникаций. Рецензент журнала *International Journal of Communication*.

**Ольга Астафьева** (Olga Astafyeva)

д-р филос. наук, профессор кафедры ЮНЕСКО Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (МИГСУ РАНХиГС), директор Научно-образовательного центра "Гражданское общество и социальные коммуникации" МИГСУ РАНХиГС, г. Москва, **Россия**; исследователь проблем культурной политики, современных социокультурных процессов, развития межкультурного диалога.

**Сандра Браун** (Sandra Braun)

PhD, доцент факультета коммуникативистики, Университет Маунт Роял, Калгари, Альберта, **Канада**; специалист в сферах теории коммуникации, кризисных коммуникаций, истории СМИ, репутационного менеджмента и др.

**Роберто Бруни** (Roberto Brunì)

PhD, доцент факультета экономики и права Университета Кассино и Южно-го Лацио, **Италия**; специализируется в сферах туристического маркетинга, маркетинга и менеджмента территорий.

**Дмитрий Гавра** (Dmitry Gavra)

д-р социол. наук, профессор, зав. кафедрой связей с общественностью в бизнесе Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, **Россия**; специалист по теории и практике коммуникации, создатель институциональной теории общественного мнения и сферно-станциональной концепции внешнего имиджа государства; руководитель исследовательского проекта «Внешний имидж государства в глобальном информационном пространстве»; исследователь роли креативных кластеров в брендинге городов.

**Мартин де Йонг** (Martin de Jong)

PhD, профессор факультета технологии, политики и управления Делфтского технического университета, **Нидерланды**; занимается исследованием развития инфраструктуры городов, транспортной инфраструктуры, создания экогородов.

**Скотт Каннингем** (Scott Cunningham)

PhD, доцент факультета технологии, политики и управления Делфтского технического университета, **Нидерланды**; редактор журнала «Технологическое прогнозирование и социальные изменения»; член междисциплинарной исследовательской группы по изучению ритмов города. Научные интересы: статистические и рациональные модели анализа экономической политики и городских инфраструктур, система поддержки принятия решений, сетевой анализ.

## ПАРТНЕРЫ:



Факультет маркетинга Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова

<https://www.rea.ru/ru/org/faculties/Pages/makfak.aspx>



Институт управления пространством Манчестерского университета Метрополитен, Великобритания

<http://www.placemanagement.org>



Научно-образовательный центр «Гражданское общество и социальные коммуникации» Института государственной службы и управления РАНХиГС при Президенте РФ

<http://igsu.ranepa.ru/>



Томская региональная общественная организация социальных коммуникаций (ТРОО СК) «Стратегия успеха»

<http://pr.tsu.ru/success>



Международный институт новых образовательных технологий Российского государственного гуманитарного университета

<http://inot.rsu.ru>



КУЛЬТУРНЫЙ ФОРУМ РЕГИОНОВ РОССИИ

Культурный форум регионов России

<http://kultforum2017.ru/index.php/orgkomitet>

## УЧЕНЫЕ-ИССЛЕДОВАТЕЛИ, УНИВЕРСИТЕТСКИЕ ПРЕПОДАВАТЕЛИ И ПРОФЕССИОНАЛЫ-ПРАКТИКИ, ДАВШИЕ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ СОГЛАСИЕ НА УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ В СТАТУСЕ КЛЮЧЕВОГО СПИКЕРА:

### **Сергей Клягин** (Sergei Klyagin)

д-р филос. наук, заведующий кафедрой теории и практики общественных связей факультета истории, политологии и права РГГУ, профессор Департамента социологии, философии и истории Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, **Россия**. Исследователь в области коммуникативистики, связей с общественностью, рекламы. Член Российской коммуникативной ассоциации, National Communication Association (NCA), European Communication Research and Education Association (ECREA); член редакционно-издательского совета Российской коммуникативной ассоциации, редколлегии Russian Journal of Communication (США).

### **Дин Крукеберг** (Dean Kruckeberg)

доктор философии, профессор Университета Северной Каролины в Шарлотте, **США**; член Комитета по делам образования в Американской ассоциации по связям с общественностью (Public Relations Society of America), председатель Национального Комитета профессиональной свободы и ответственности (Professional Freedom and Responsibility Committee); член совета директоров Отделения PR Ассоциации содействия образованию в журналистике и массовых коммуникациях (Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) и Отделения PR Национальной Ассоциации по Коммуникациям (National Communication Association); автор и соавтор книг по тематике связей с общественностью, отмеченных национальными и международными премиями.

### **Ирина Кужелева-Саган** (Irina

Kuzheleva-Sagan)  
д-р филос. н., профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии Томского государственного университета (**Россия**), зав. лабораторией гуманитарных новомедийных коммуникаций, руководитель исследовательской группы "Организация социального пространства 4.0 как условие высокого качества жизни человека цифровой эпохи"; специалист по методологии научного знания о связях с общественностью и имиджологии; исследователь проблематики цифрового кочевничества.

### **Марина Липецкая** (Marina Lipetskaya)

директор Фонда «Центр стратегических разработок «Северо-Запад», г. Санкт-Петербург, **Россия**; кандидат географических наук, эксперт в области регионального стратегического планирования и проектирования; исследователь проблем городского развития, прогнозирования ресурсных и технологических рынков, формирования человеческого капитала, экономики знаний; автор научных публикаций.

### **Стив Миллингтон** (Steve Millington)

директор исследовательской группы Института менеджмента территорий, старший преподаватель в Городском университете Манчестера (IPM), **Великобритания**; член Совета Манчестерского географического общества; эксперт в сфере территориального менеджмента и реорганизации уличного пространства, участник проекта High Street UK 2020 .

## 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, образовательные 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

## УЧЕНЫЕ-ИССЛЕДОВАТЕЛИ, УНИВЕРСИТЕТСКИЕ ПРЕПОДАВАТЕЛИ И ПРОФЕССИОНАЛЫ-ПРАКТИКИ, ДАВШИЕ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ СОГЛАСИЕ НА УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ В СТАТУСЕ КЛЮЧЕВОГО СПИКЕРА:

**Сергей Самойленко** (Sergei Samoilenko)

магистр в области коммуникаций, преподаватель факультета стратегических коммуникаций Университета Джорджа Мейсона, США; научный руководитель Американского студенческого общества по связям с общественностью (PRSSA); председатель вашингтонского отдела по связям с университетами Американской ассоциации по связям с общественностью (PRSA); автор научных публикаций; фотограф.

**Ник Федяев** (Nick Fedaeff)

российско-новозеландский художник-сюрреалист, музыкант, специалист в сфере мультимедиа, путешественник, «человек мира».

**Артемий Фоминых** (Artemiy Fominykh)

специалист по рекламе и брендингу, совладелец и коммерческий директор брендингового агентства LOVEMEDO, г. Томск, **Россия**.

**Катерина Цецура** (Katerina Tsetsura)

PhD, профессор Гейлордского колледжа журналистики и массовых коммуникаций Университета штата Оклахома, **США**; председатель PR отделения Международной коммуникативной организации (ICA); международный эксперт в области глобальных связей с общественностью и прозрачности средств массовой информации, геобрендинга, стратегического планирования; соавтор книги «Transparency, public relations, and the mass media: Combating hidden influences in news coverage worldwide» (2017, Taylor & Francis).

**Марина Шилина** (Marina Shilina)

д-р филол. наук, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна факультета маркетинга Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Москва, **Россия**. Исследователь проблем коммуникации в датифицированном обществе (в контексте интернета вещей, интернета навыков, smart city, дата арта). Спикер ведущих международных и российских конференций по брендингу, тьютор международных проектов по цифровой урбанистике. Со-редактор спецвыпуска The Russian Journal of Communication (Routledge, UK, 2017), посвященного Data Turn в России.

## ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

- 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**

Ведутся переговоры и с другими потенциальными ключевыми спикерами и экспертами конференции.

Рабочие языки конференции – русский и английский

## АНОНС:

В прямом эфире конференции «Connect-Universum-2018» состоится презентация новой книги – перевода с английского коллективной монографии «**Knowmad Society: Education Futures**» под редакцией американского профессора Джона У. Моравеца. В русском переводе книга называется «**Общество Знаниевых Кочевников: сценарии образования будущего**». Доктор Моравец был одним из ключевых спикеров предыдущей web-конференции (2016), посвященной проблематике цифрового кочевничества. Во время своего доклада он любезно согласился предоставить право первого перевода своей книги на русский язык кафедре социальных коммуникаций НИ ТГУ. Проект был успешно осуществлен: в начале сентября 2018 г. книга вышла в Издательстве Томского государственного университета в серии «Впервые на русском языке: монографии выдающихся зарубежных исследователей» (перевод – Снежаны Носовой, науч. редакция перевода – Ирины Кужелевой-Саган). Во время онлайн-презентации книги участники конференции «Connect-Universum-2018» (29-30. 11. 2018) получают возможность бесплатно скачать полную электронную версию книги на русском языке.



## 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:

**До 25 сентября 2018 г. продлен 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:

Е-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