WEB-CONFERENCE

 **November 29-30, 2018**

**Уважаемые коллеги!**

**Вас – исследователей и профессионалов-практиков, интересующихся вопросами брендинга территорий в эру цифровых технологий, приглашает к участию в IV Международной трансдиcциплинарной научно-практической WEB-конференции** [«Connect-Universum-2018»](http://connect-universum.com) старейший в Сибири Томский императорский университет, а ныне – [Национальный исследовательский Томский государственный университет (НИ ТГУ)](http://tsu.ru)**,** 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 идёт 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 конференции:

* [Кафедра социальных коммуникаций факультета психологии ТГУ](http://ksk.tsu.ru/)
* Лаборатория гуманитарных новомедийных технологий ТГУ
* [Центр исследований ТГУ «Транссибирский научный путь»](http://tssw.ru/) (TSSW)

Партнеры конференции:

* Институт управления пространством Манчестерского университета Метрополитен, Великобритания (Institute of Place Management - IPM, Manchester Metropolitan University, UK <http://www.placemanagement.org> )
* [Томская региональная общественная организация социальных коммуникаций (ТРОО СК) «Стратегия Успеха»](http://ksk.tsu.ru/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F-%D1%83%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%85%D0%B0/)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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](http://connect-universum.com) 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 получат 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»](http://connect-universum.tsu.ru/doc/%D0%A4%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%B7%D0%B0%D1%8F%D0%B2%D0%BA%D0%B8_%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8.pdf) **и** [«практиков»).](http://connect-universum.tsu.ru/doc/%D0%A4%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%B7%D0%B0%D1%8F%D0%B2%D0%BA%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8.pdf)

**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

Программа конференции появится на сайте за 10 дней до мероприятия.

**Регистрация на вебинар будет объявлена на** [сайте конференции](http://connect-universum.com/) **15 ноября.**

**Для публикации** доклада/статьи в сборнике материалов конференции (РИНЦ) необходимо прислать **к 1 ноября** текст, оформленный всоответствии с [требованиями.](http://connect-universum.tsu.ru/page/2018/documents/ru/requirements/)

Участие в конференции, размещение всех авторских научных текстов и практических кейсов на её сайте, а также публикация докладовв 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](http://connect-universum.tsu.ru/blog/news_ru/1184.html) (2016 г.), [визуальных коммуникаций в новых медиа](http://connect-universum.tsu.ru/doc/download/Connect-Universum%20-%202014.pdf) (2014 г.), проблемы [влияния новых медиа на сознание и поведение молодежи](http://connect-universum.tsu.ru/page/connectuniversum_ru/) (2012 г.).

**Оргкомитет конференции:**

Тел. 8 (3822) 529 537

E – mail: connectuniversum@gmail.com

Сайт конференции:

<http://connect-universum.com> (en);

<http://connect-universum.tsu.ru> (ru).