

Шестая международная научно-практическая конференция

Владимирский тракт

- дорога к новым технологиям
в туризме

6-8 августа
2020



ИМИДЖ ТЕРРИТОРИИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

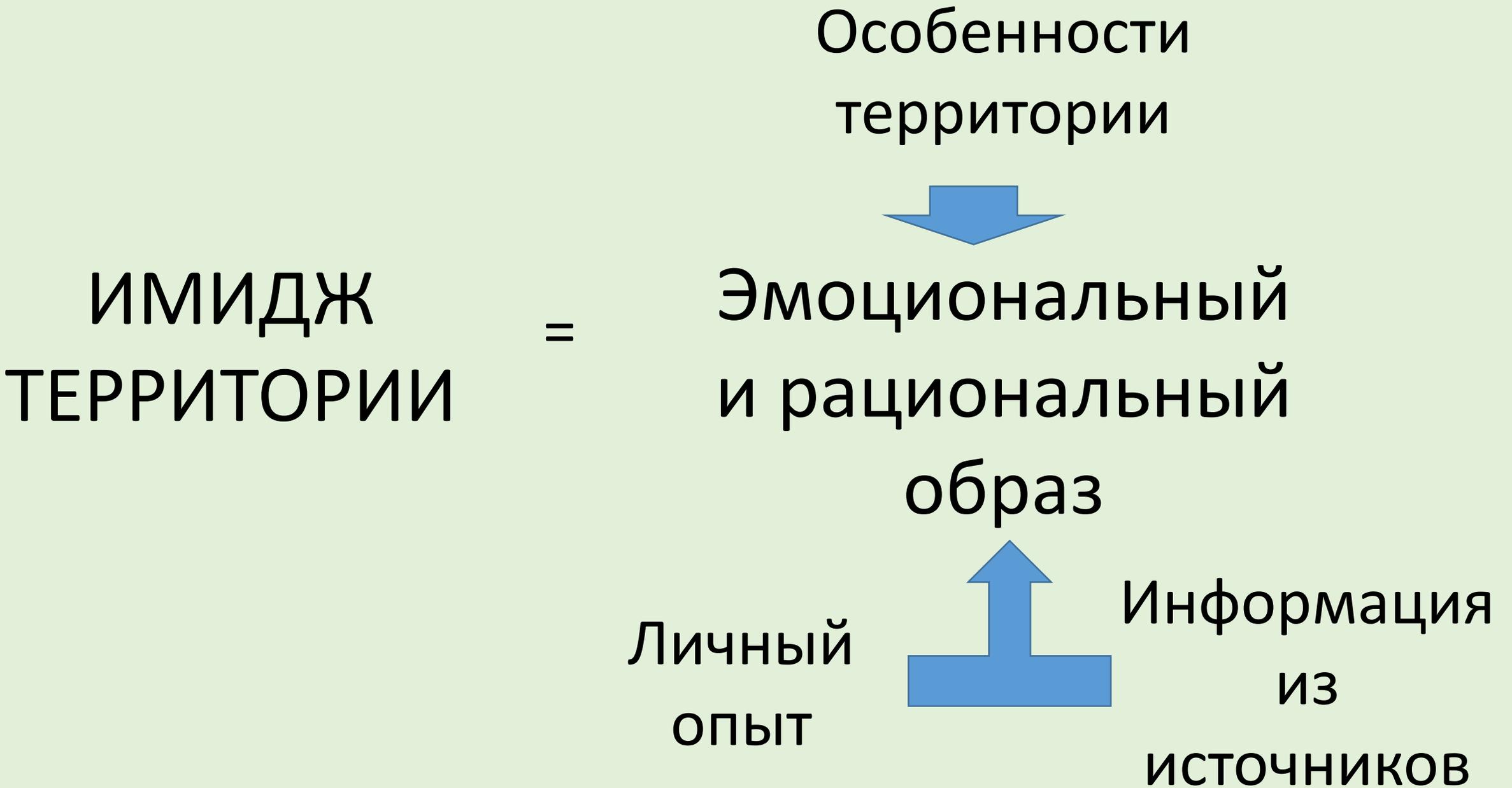
*Ползунова Наталья Николаевна –
д.э.н., зав кафедрой менеджмента и маркетинга ИЭиМ ВлГУ*

*Васильева Александра –
студентка ВлГУ гр. МНпб-117*

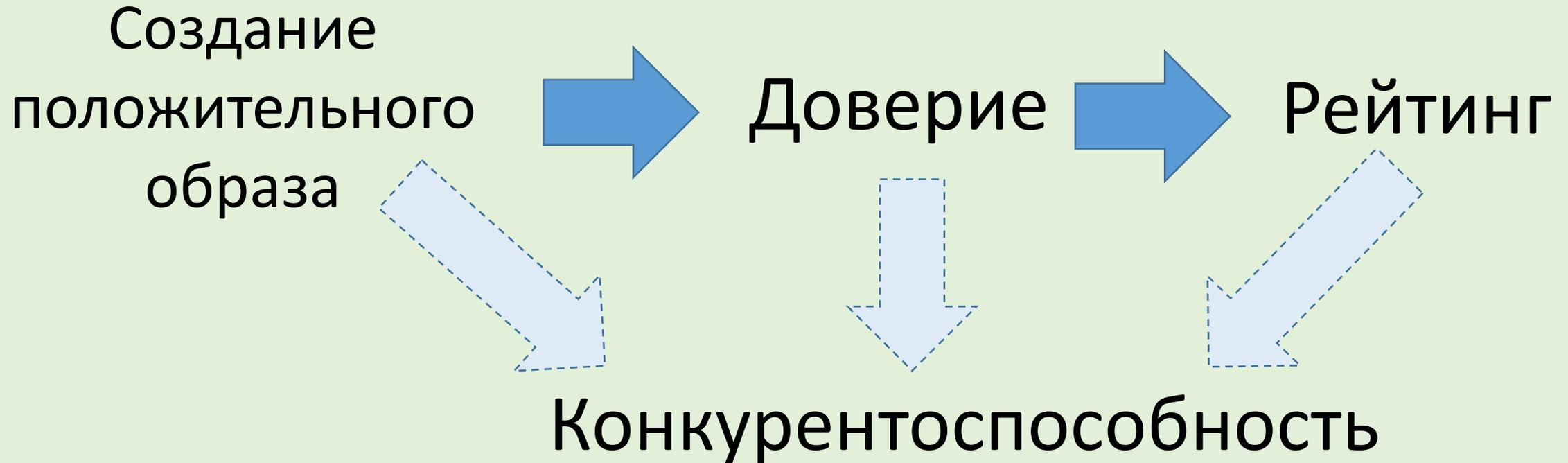
7 августа 2020

Факторы конкурентоспособности территории

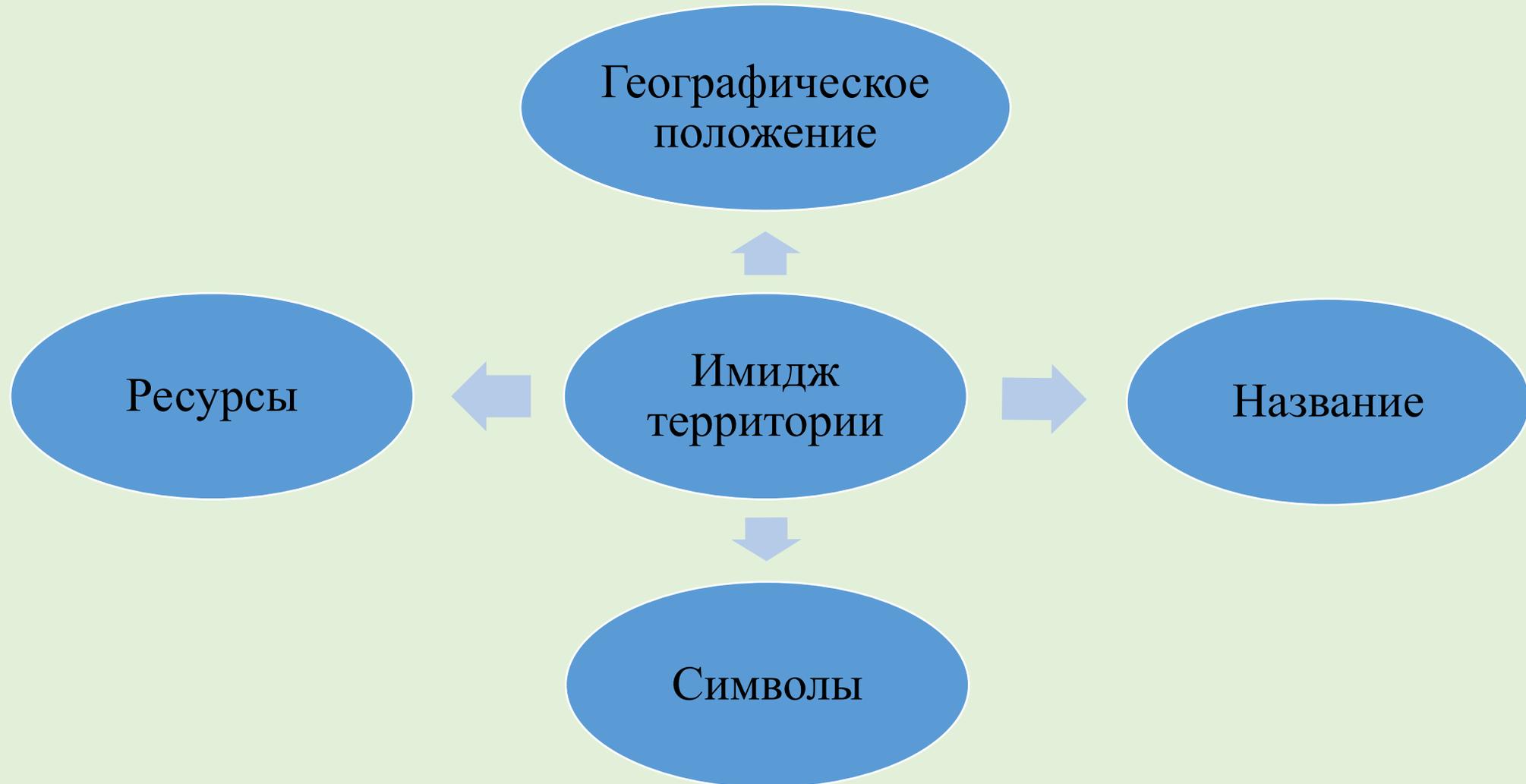




Функция имиджа территории



Составляющие имиджа территории



Подходы к формированию имиджа территории

Подход на основе производимых на ней продуктов

Подход на основе проведения брендинговых кампаний

Подход на основе массовой культуры

Подход на основе стратегического планирования

Подход на основе создания специализированных институтов

Подход к формированию имиджа территории на основе производимых продуктов/ услуг

Владимирская область

Основные бренды	Товар/сектор рынка	Ключевые характеристики имиджа территории
АО «Владимирский хлебокомбинат»	Хлебобулочные изделия	Экономический, производственный, туристический потенциал территории
АО ЗИД	ВПК, машиностроение	
ООО «Покровский пряник»	Пряничные и прочая сувенирная пряничная продукция	
Мастерские лаковой росписи Мстера	Сувенирная продукция	
Владими́ро-Суздальский музей заповедник	Туристические услуги	

Подход к формированию имиджа территории на основе проведения брендинговых кампаний

Владимирская область

Инструменты	Ключевые характеристики имиджа территории
Брендинговая кампания «Покупай Владимирское – покупай Российское»	Популяризация и продвижение местной продукции
Туристический маршрут «Золотое кольцо»	Историко-культурный потенциал

Подход к формированию имиджа территории на основе массовой культуры

Владимирская область

Инструменты	Ключевые характеристики имиджа территории
Фестиваль «У Золотых ворот»	Туристический потенциал Сотрудничество Позитивное мышление Активность Доступность
Фестиваль «Макушка лета»	
Всероссийский Фатьяновский праздник в Вязниках	
Фестиваль «День огурца» в Суздале	
Владимирский областной театр кукол	

Подход к формированию имиджа территории на основе стратегического планирования

Владимирская область

Инструменты	Ключевые характеристики имиджа территории
Проекты в рамках ФЦП РФ	Рост спроса на продукцию Увеличение доли высокотехнологичных отраслей в экономике территории Повышение конкурентоспособности агропромышленного комплекса
Организация участия в конкурсах качества продукции на общероссийском рынке	
Обновление парка сельскохозяйственной техники	

Подход к формированию имиджа территории на основе создания специализированных институтов

Владимирская область

Инструменты	Ключевые характеристики имиджа территории
ВлГУ - ОПОРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ РЕГИОНА	Кадровый потенциал Инновации для приоритетных отраслей и сфер экономики территории

Благодарим за внимание



Литература

Бачерикова М. Опыт формирования благоприятного имиджа территорий с помощью маркетинга: обзор зарубежной печати// Известия ДВФУ. Экономика и управление. 2. 2017. 142–152.

Выгонский С.И. Что такое региональный имидж // Регион. 2017. №6. С. 20-21.

Старых Н.П. Имидж органов местного самоуправления: особенности, этапы формирования и структура // Аспирантский вестник Поволжья. - 2015. - № 1-2. - С. 10-12.