

ПРОГРАММА*

<p>09:00 - 10:00</p>	<p>Регистрация участников</p>
<p>09:00 - 10:00 Фойе, 2 этаж</p>	<p>Приветственный кофе-брейк</p>
<p>10:00 – 12:00 Конференц-зал Blue 1</p>	<p>Сессия 1. Реализация стратегий развития. Территориальный маркетинг. Территориальный продукт. Маркетинг туризма</p> <p>Организаторы сессии: <i>Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро»</i></p> <p>Благоприятные условия ведения бизнеса и проживания, развитые инфраструктура и инвестиционный климат – факторы, которые влияют на рост привлекательности территории и повышают её конкурентоспособность. Они могут быть достигнуты только за счет грамотно разработанной стратегии социально-экономического развития территории и механизмов её реализации.</p> <p>Однако для привлечения и удержания инвесторов и потребителей, роста интенсивности использования территориального продукта необходимо также формирование и продвижение положительного имиджа территории как её конкурентного преимущества. За продвижение территориального продукта отвечает тщательно продуманный и грамотно спланированный территориальный маркетинг.</p> <p>Модератор — Александр Ходачек, президент НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург</p> <p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Стратегические ориентиры долгосрочного социально-экономического развития ➤ Маркетинг территорий как механизм развития стратегии ➤ Территориальный маркетинг: эволюция ➤ Туризм как ключевая несырьевая отрасль экономики субъекта и драйвер ее развития. Смежные отрасли

	<p>Спикеры:</p> <p>Блейк Андерсон-Бунтз, генеральный директор Hospitality Management</p> <p>Наталья Белякова, старший научный сотрудник Центра территориального развития РАНХиГС, партнер Центра стратегического консалтинга</p> <p>Екатерина Волхонская, генеральный директор СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро»</p> <p>Александр Габитов, советник Губернатора Ленинградской области по экономике</p> <p>Ирина Карелина, генеральный директор ЗАО МЦСЭИ «Леонтьевский центр»</p> <p>Владимир Катенев, президент Союза «Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата»</p> <p>Сергей Корнеев, председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга</p> <p>Александр Потехин, директор Санкт-Петербургского регионального информационного центра ТАСС</p> <p>Татьяна Сачук, заведующий кафедрой экономики и финансов Карельского филиала РАНХиГС</p> <p>Елена Ткаченко, профессор кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами СПбГЭУ</p> <p>Атакан Турхан, генеральный менеджер Park Inn by Radisson Pribaltiyskaya Hotel & Congress Center</p> <p>Елена Четыркина, руководитель Департамента маркетинга ООО «ВНИЦ Р-Н-С»</p>
<p>12:00 - 12:45 Фойе, 2 этаж</p>	<p>Кофе-брейк</p>
<p>12:45 – 14:45 Конференц-зал Blue 1</p>	<p>Сессия 2. Как сформировать имидж и брендинг территории?</p> <p>Организаторы сессии: <i>Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро»</i></p> <p>«Потребители» территориального продукта – местные жители, предприниматели, студенты, туристы и т.д. – воспринимают территорию</p>

как объект своих социальных и экономических интересов. Для них должны быть созданы такие благоприятные условия для жизни, деятельности и комфортного временного пребывания, которые повысят уровень привлекательности территории и её конкурентоспособность, что, в свою очередь, позволит переориентировать в её пользу потоки ресурсов (финансовых, материальных, человеческих).

Брендинг территории представляет собой стратегический подход к развитию такого конкурентного преимущества территории как её имиджа. Социально-экономический имидж территории оценивается с помощью комплексного показателя её благополучия. Деловой имидж страны и её инвестиционная привлекательность характеризуется понятием её конкурентоспособности. Рейтинги, в свою очередь, могут служить в качестве информационных источников, грамотно анализируя которые, можно корректировать территориальный продукт.

Модератор — Андрей Баранников, генеральный директор SPN Communications

Ключевые вопросы:

- Имиджевая политика: согласованность действий
- Обещание территориального бренда. Мультибрендовый подход. Ребрендинг
- Продвижение бренда города-организатора внутри страны и за рубежом
- Рейтинг глобальной конкурентоспособности: кто впереди?
- Эффективное управление рейтингами
- 100 ведущих городских агломераций по качеству жизни: Санкт-Петербург заметили?

Спикеры:

Галина Иванова, заместитель генерального директора, директор дирекции по стандартизации Ассоциации Русский Регистр

Сергей Калинин, генеральный директор DDC.GROUP

Надежда Ларионова, генеральный директор АНО «Санкт-Петербургский центр поддержки экспорта»

Марина Липецкая, директор Фонда «Центр стратегических разработок «Северо-Запад»

	<p>Владимир Никитенко, директор Филиала Северо-Запад Российской-Германской внешнеторговой палаты, заместитель директора Представительства немецкой экономики по СЗФО</p> <p>Наталья Омарова, профессор кафедры экономики ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», эксперт РАН</p> <p>Михаил Садченков, генеральный директор ООО «Национальный бренд»</p> <p>Григорий Тульчинский, профессор Департамента государственного администрирования НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург</p> <p>Елена Юферева, генеральный директор Brandson Branding Agency (TSN)</p>
--	---

**В программе возможны изменения*