



Факультет бизнеса и
менеджмента

Кафедра маркетинга фирмы

Маркетинг и брендинг
территорий

Лектор и ведущий семинаров –
Рожков Кирилл Львович,

(2019-20 уч. г.)

На развитие какие *практических навыков* студента направлен курс?



Креативность

создание новых идей при решении реальных кейсов и предложение нескольких альтернатив для решения одной задачи



Межличностные коммуникации

способность эффективно взаимодействовать с другими членами команды для достижения цели, умение находить общий язык с разными собеседниками



Навыки публичных выступлений

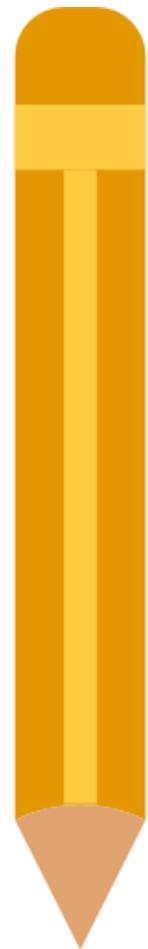
способность устанавливать и удерживать контакт с аудиторией во время проведения презентаций



Инициативность

Самостоятельное формирования задач (без ожидания чужих указаний) и видения возможностей улучшения чего-либо (бренда, финансовых показателей и пр.)

Содержание курса



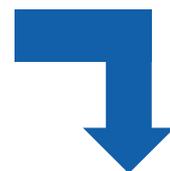
Тема 1: предмет маркетинга территорий



Что продает город?



Выгоды для потребителя...
Атрибуты продукта...

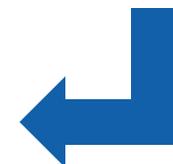


Продукт... Развитие продукта...
Спонсорство... Бюджет



Маркетинговая стратегия...
Событийный маркетинг (event-marketing)

Эффекты и эффективность (effectiveness)...
KPI маркетинговой деятельности...



Тема 2: особенности территории как объекта маркетинговой деятельности

Далеко не все города стремятся к известности или к известности любым способом



Далеко не все города хотят заработать... или заработать любым способом

Далеко не все города стремятся ублажить клиента



Они могут быть гостеприимными

и... ксенофобными



Далеко не всем хозяевам нужны гости



Разные пользователи пользуются территорией одновременно по-разному

Каждая группа хочет использовать место по-своему

Тема 3: маркетинговая стратегия территории

TOURIST PROJECTS

INVESTMENT PROJECTS

INITIALLY FOCUSED ON LOCAL COMMUNITY DEVELOPMENT SOCIAL PROJECTS



Universiade-2013 in Kazan



The Taybola festival



Alfa Future People (Nizhny Novgorod)



Universiade-2019 in Krasnoyarsk



Metro station Myakinino



Self-organization of the local community of the town of Danilov



Self-organization of the local community of the village of Konyashino



Myshkin folk Museum



Sochi Olympic Games-2014



Gorky Park: a city in the city



The exhibition "Michelangelo. The creation of the World"



The "White nights" festival in Perm



"Velikiy Ustyug - a homeland of Grandfather Frost"



"Dobryanka - the capital of kindness"



Brand of the Uryupinsk town

Тема 4: управление продвижением территории



VS



Тема 4: управление продвижением территории

Великий Устюг



Родина Деда Мороза

Урюпинск



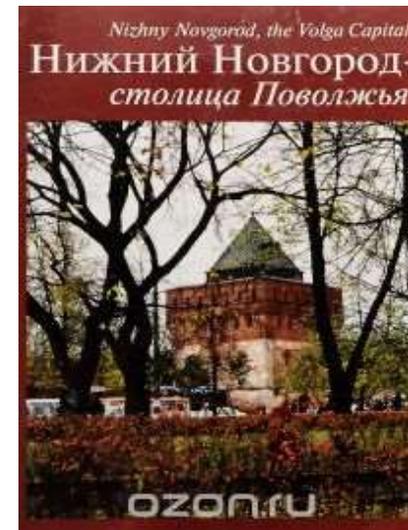
Ульяновск



Родина Колобка



*Мышкинский музей
мыши*



Кукобой



*Родина
Бабы-Яги*

Тема 4: управление продвижением территории

I amsterdam®

*be prepared
be there
be berlin*



14th European Guide
and Scout Conference
Berlin 2013

be Berlin

C **OPEN** **HAGEN**
Open for You

I  **NY**®


Barcelona

Тема 4: управление продвижением территории



Что увидит адресат коммуникаций, когда приедет?

Тема 4: управление продвижением территории

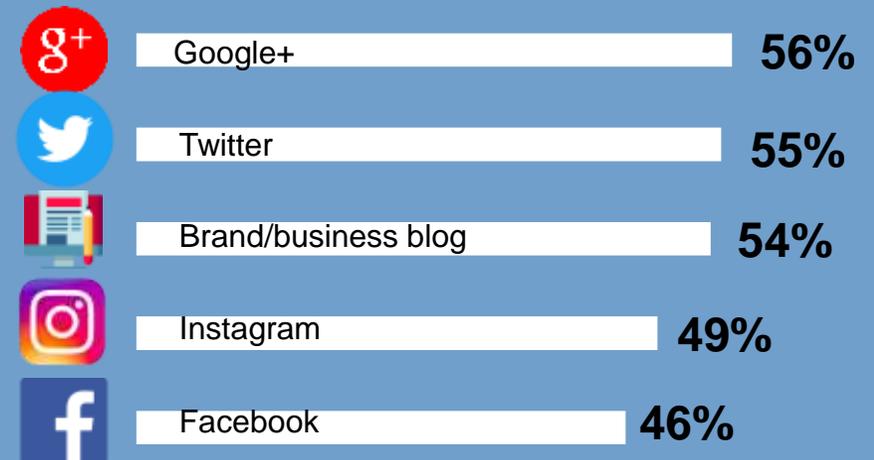
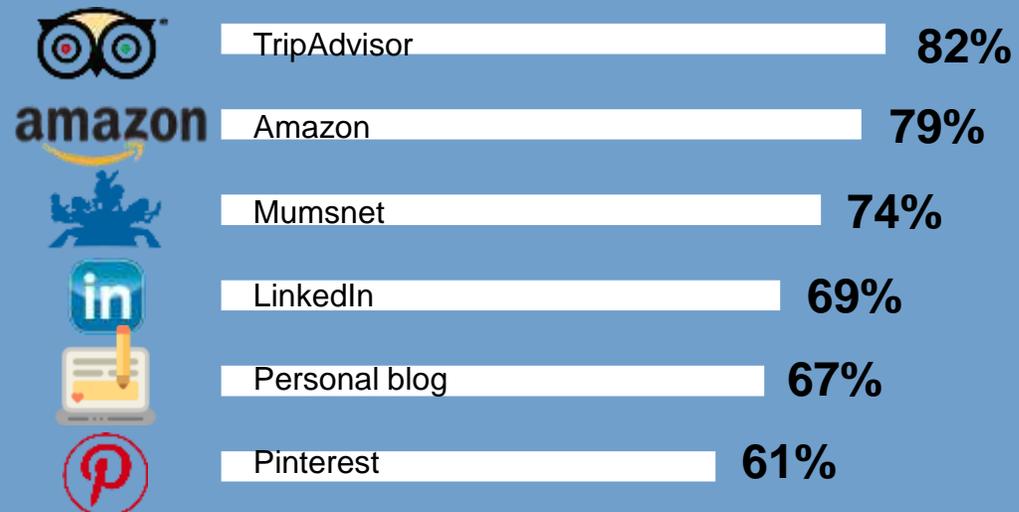
Что посетители расскажут в сетях и на форумах, когда вернутся?



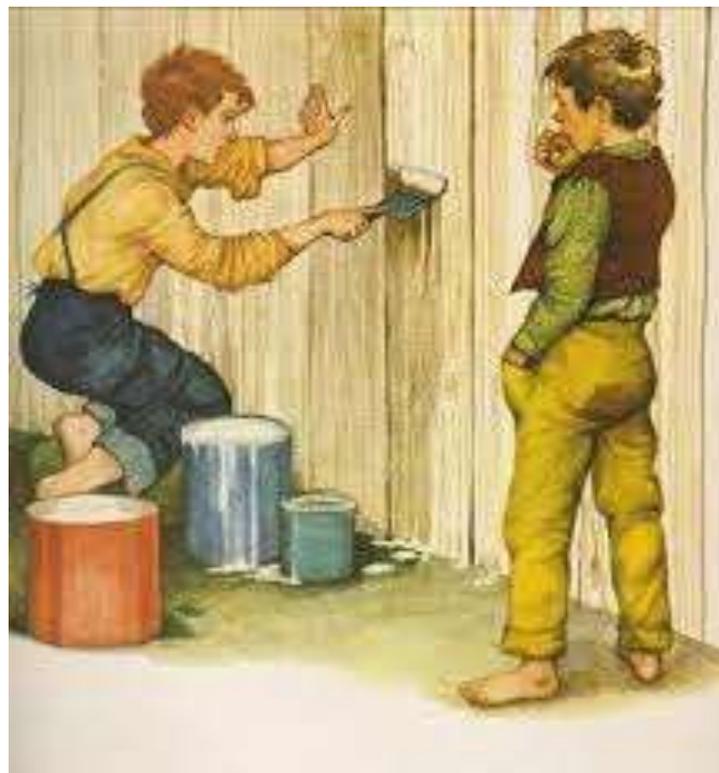
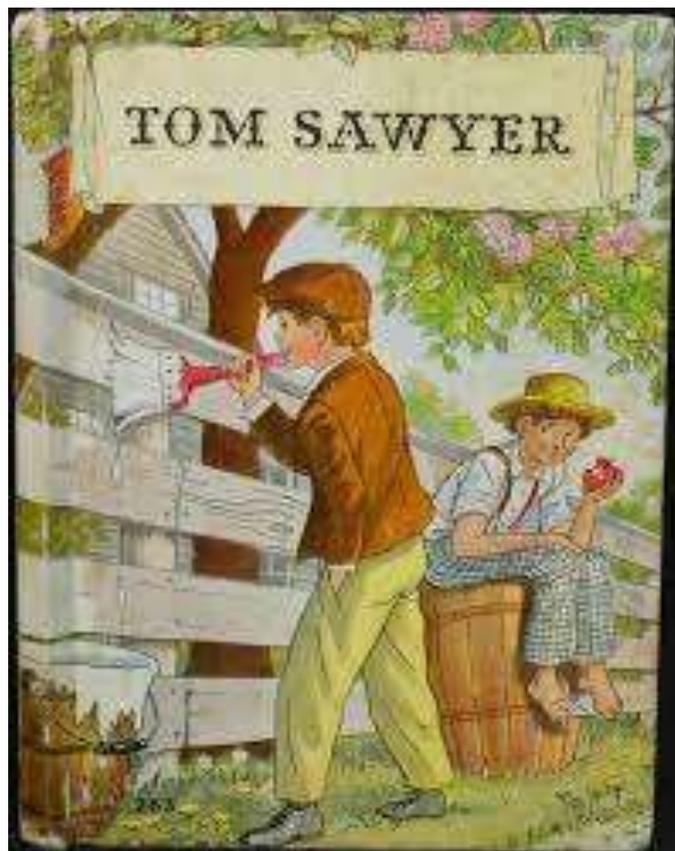
88%

Пользователей утверждают, что доверяют онлайн-отзывам так же, как и личным рекомендациям

(c) Jonathan Howlett – VP Global Destination Marketing



Тема 5: управление каналами распределения продукта территории



Тема 5: управление каналами распределения продукта территории

**АКТИВНЫЙ
ГРАЖДАНИН**

**ДЕЛАЙ
САМ**

Тема 6: управление продуктом территории

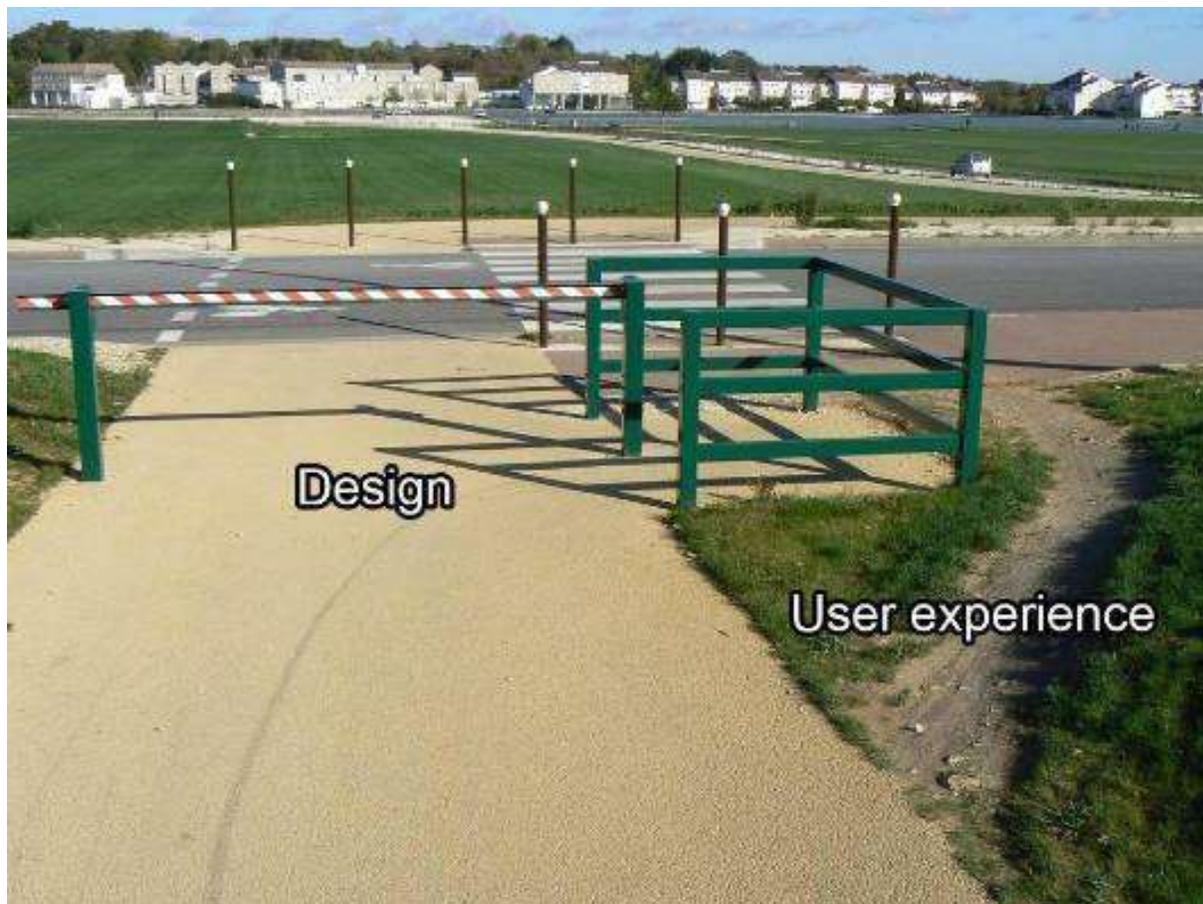


Тема 6: управление продуктом территории

Marketing

VS

Urbanistics



Вводные занятия для студентов с немаркетинговым бэкграундом

Мы поведем вводные занятия в игровом формате, благодаря которому студенты знакомятся с (или вспоминают) основными концепциями маркетинга.

Эти занятия проводятся для тех студентов, которые в бакалавриате получали отличное от маркетинга образование.

Relationship marketing refers to strategies and tactics for segmenting consumers to build loyalty. Relationship marketing leverages database marketing, behavioral advertising, and other data-driven marketing techniques.

Direct Marketing is A form of nonstore retailing in which customers are exposed to merchandise through an impersonal medium and then purchase the merchandise by telephone or mail.

Brand strength is a non-monetary, point-in-time measure which seeks to capture the perceived overall attractiveness in the hearts and minds of consumers that the brand imbues its offerings relative to that of other branded offerings both within and across categories.

Конкурентные преимущества курса



Хорошая литературная основа



Journal of Place Management and Development
ISSN: 1753-8335
Online from: 2008

Current issue | Available issues | Most Cited | Most Read | ToC Alert | RSS
Add to favorites

EMERALD GROUP PUBLISHING
This title is indexed in Scopus

◀ Previous Article Next Article ▶



Places, users, and place uses: a theoretical approach to place market analysis

Article Options and Tools

View: Abstract | PDF

References (39) | Cited by (Crossref, 2) | Cited by (Scopus, 2)

Add to Marked List | Download Citation | Track Citations | Reprints & Permissions

Author(s): Kirill Lvovich Rozhkov (Company Marketing Department, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia)
Natalya Il'ichna Skriabina (Company Marketing Department, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia)

Citation: Kirill Lvovich Rozhkov , Natalya Il'ichna Skriabina . (2015) "Places, users, and place uses: a theoretical approach to place market analysis", Journal of Place Management and Development, Vol. 8 Iss: 2, pp.103 - 122

DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/JPMD-10-2014-0024>

Downloads: The fulltext of this document has been downloaded 945 times since 2015

▼ Login

Username:
Password:

Login

[OpenAthens login](#)
[Shibboleth login](#)
[Forgot password?](#)

Welcome:
Guest

Home > For Authors > Emerald Libral Network > Awards for Excellence

Awards for Excellence - 2016 Outstanding Papers

Journal of Place Management and Development

Winner

Product Information:

For Journals

Volume 8 number 1
Place branding in strategic spatial planning
Eduardo Henrique da Silva Oliveira

For Books

Highly commended

For Case Studies

Regional information

Volume 8 number 2
Places, users, and place uses: a theoretical approach to place market analysis
Kirill Lvovich Rozhkov, Natalya Il'ichna Skriabina

Services

Publishing Services

Volume 8 number 2
Place brand love and marketing to place consumers as tourists
Kathryn Swanson

Research and Publishing
Pathway

Outstanding reviewers

Resources

Sebastian Zenker
Nikos Ntouias

How to capture the idea of a place? The case of five Moscow districts

Article Options and Tools

View: Abstract | PDF

References (38)

Add to Marked List | Download Citation | Track Citations | Reprints & Permissions

Author(s): Kirill Lvovich Rozhkov (Department of Company Marketing, Faculty of Management, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia)
Natalya Il'ichna Skriabina (Department of Company Marketing, Faculty of Management, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia)

Citation: Kirill Lvovich Rozhkov , Natalya Il'ichna Skriabina . (2015) "How to capture the idea of a place? The case of five Moscow districts", Journal of Place Management and Development, Vol. 8 Iss: 3, pp.206 - 232

DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/JPMD-05-2015-0021>

Downloads: The fulltext of this document has been downloaded 131 times since 2015

Abstract:

Purpose

– This paper aims to develop a methodological approach to place product analysis that aims to identify the distinctive ideas of places.

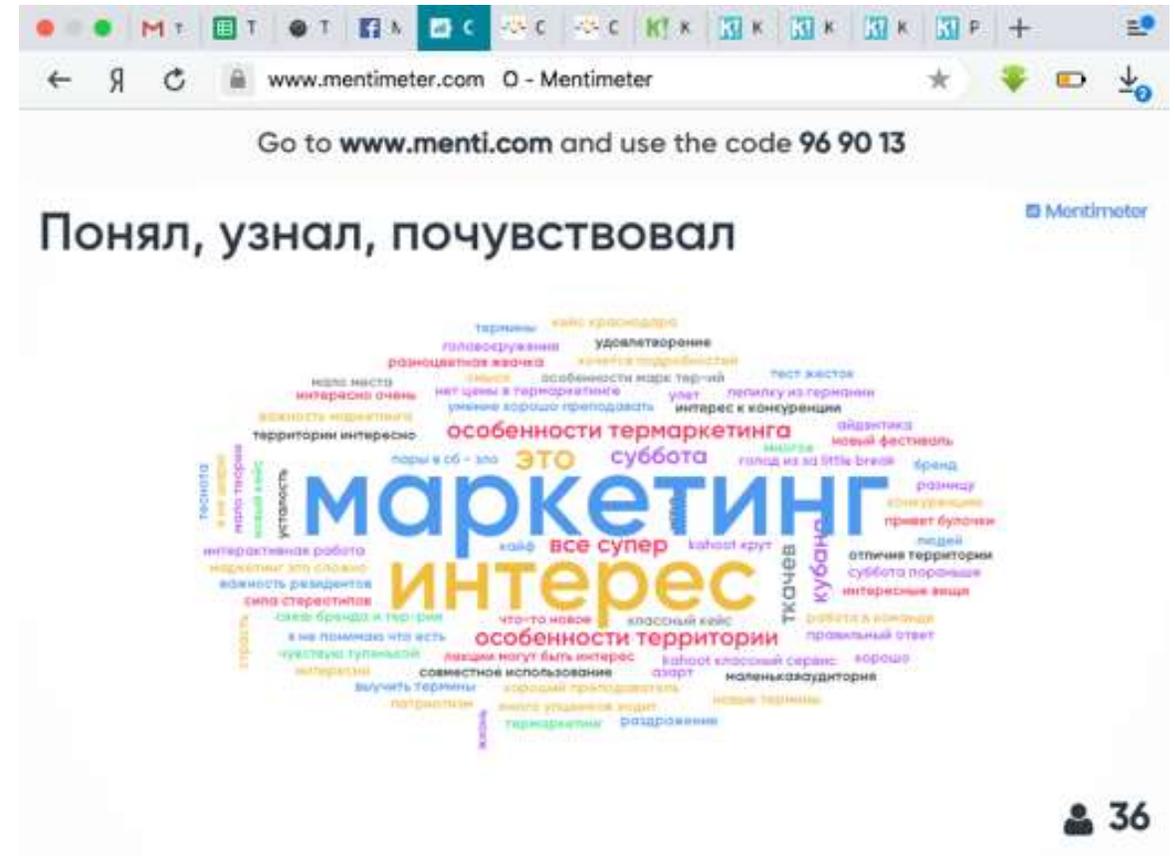
Design/methodology/approach

– The methodology included two stages: first, classifiers of place product uses and technologies were constructed on the basis of the product concept abstraction (Study 1) and then they were used as tools to systematize data about the attributes of city districts and the everyday activities of their residents to further identify product concepts (Study 2).

Преимущества курса

(результаты опроса слушателей 2019 г.)

- Курс проходит по СУББОТАМ
- Нестандартное поощрение в виде «молодцов» – фишек, которые добавляю баллы к экзамену
- Важно мнение каждого! (Сбор фидбека после занятий на онлайн-платформе)
- Оперативная работа ассистентов на курсе и активная группа ВК (максимально быстрое получение ответов)
- Облачное хранение материалов по курсу
- Тестовый контроль проводится в режиме он-лайн! (kahoot.it)

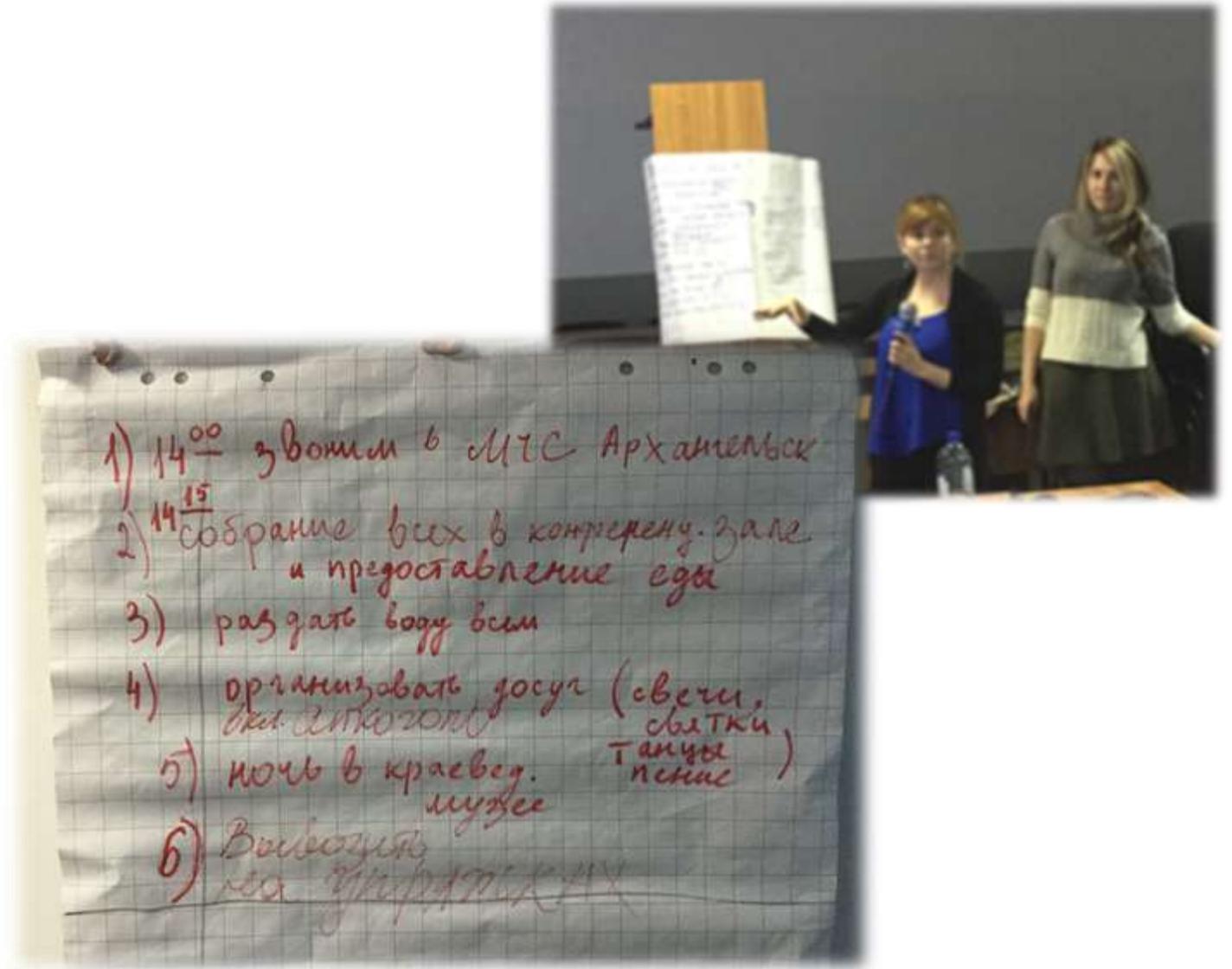


Сбор фидбека в системе menti.com

Преимущества курса

(результаты опроса слушателей 2019 г.)

- вводное занятие по маркетингу, для тех, кто не знаком с классической теорией
- общение с международными экспертами
- поиск решений для живых кейсов
- отработка навыков презентации



Преимущества курса

Мы сказали НЕТ скучным лекциям и вовлекаем студентов в активное решение интересных задач по командам каждое занятие



ЧТО НЕ РАБОТАЕТ?



ЧТО РАБОТАЕТ?



Преимущества курса

Большое разнообразие форм работы в аудитории:

- ✓ Интеллектуальные разминки
- ✓ Парные игры ("термины-определения")
- ✓ Работа в малых группах (решение кейсов, мыслительные игры и др.)
- ✓ Упражнения на снятие усталости
- ✓ Лекции/мастер-классы приглашенных исследователей/преподавателей
- ✓ Онлайн квизы и тесты
- ✓ Выездные занятия (к примеру, участие в конференции 2019 г. "Интурмаркет")



Отзывы о спецкурсе (самые приятные)

Курс живой, изменяющийся, развивающийся, заставляет думать своей головой, а не переписывать учебники

Интерактив на занятиях, общение и co-creation, развитие навыков работы в команде, коммуникаций

Предмет изучения не какой-то там абстрактный и далекий, а его признаки рядом и здесь, очень практический курс, оптимальное сочетание теории и практики

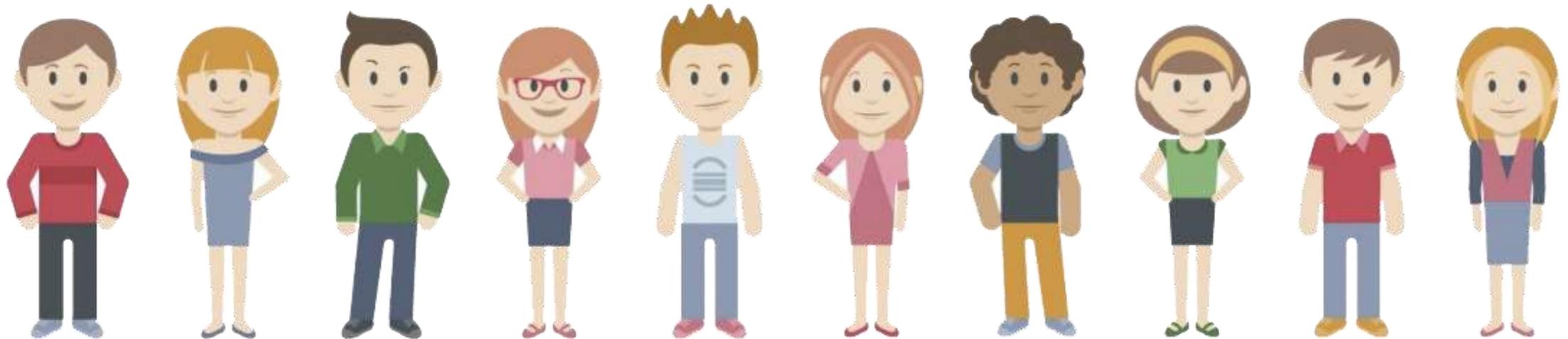
Форма контроля – отчет о собственной работе. Практика!

Дружелюбный настрой преподавателя

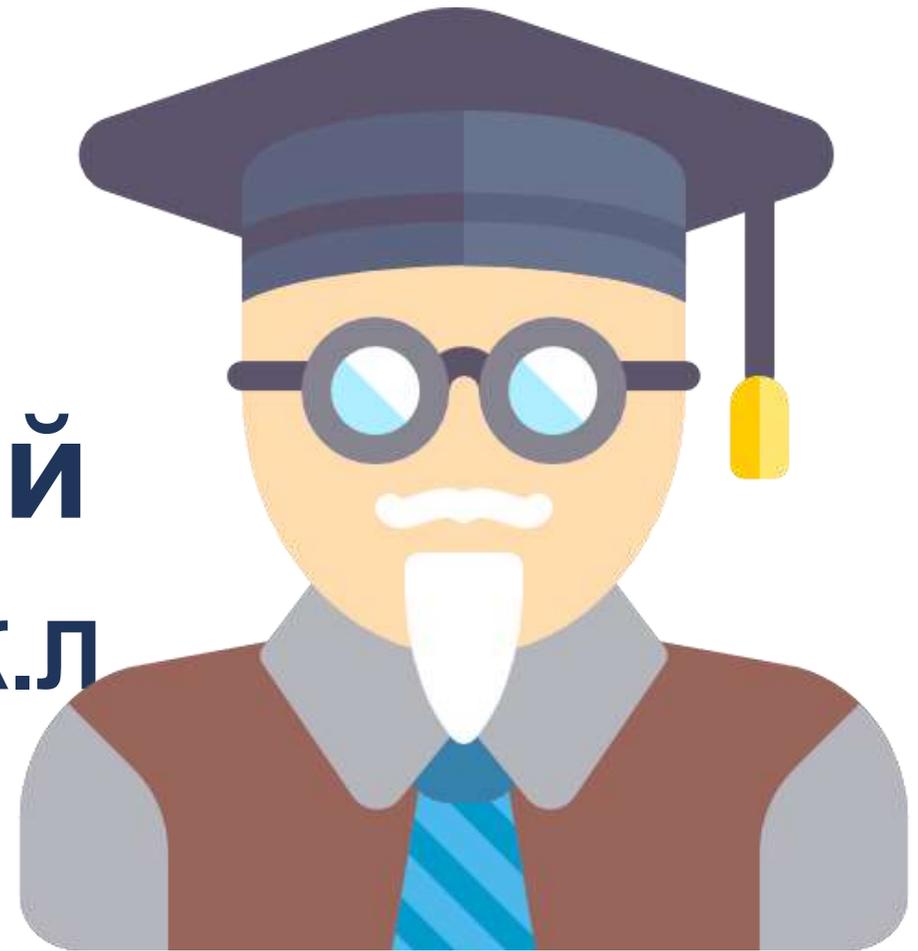
Online взаимодействие с преподавателем и сокурсниками, удобство работы над дз в google docs (из любого места)

Слушатели спецкурса 2019 г., которых можно спросить о курсе

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1_6wdXXjbmw3ymE8Tj9JY2eXfbn18_bByr1IO3HX1MIA/edit#gid=955808999



**Преподавательский
состав: лектор Рожков К.Л**



Экспертный опыт

ШКОЛА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕЗЕРВА

4 июня 10:00 - 17:00
пр. Мира, д.2-Б
Большой концертный зал (зал торжеств)

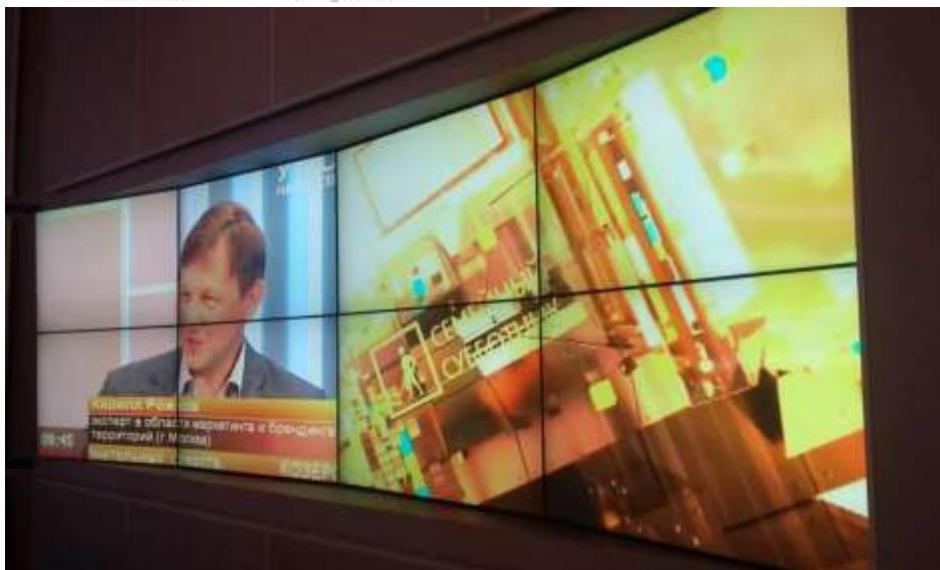
не впервые
в Красноярске

Кирилл РОЖКОВ

Профессор кафедры маркетинга фирмы НИУ «Высшая школа экономики», директор экономических наук и просто очень, очень, очень увлеченный брендингом человек

Маркетинг и брендинг территорий

Places as products
residents as consumers



Certificate of Membership
The Institute of Place Management

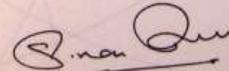
hereby elects
PROF. KIRILL ROZHKOV

as
Fellow of the Institute of Place Management

Membership of the Institute of Place Management represents a commitment to the progression of the place management industry, through continuing personal development and achieving the highest standard of professional performance as detailed in the Institute's code of conduct. Membership is confirmed for a twelve month term from:

23rd Sep 2015


Professor Cathy Parker
Director


Mr Simon Quin
Director




Institute of Place Management

Institute of Place Management
All Saints, Manchester, M13 4BH

Лучший преподаватель 2016 и 2019 г.. Лучший руководитель НИРС 2015 г.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» → Лучшие преподаватели НИУ ВШЭ → Выбор выпускников

Лучшие научные руководители (по итогам конкурса НИРС)

Номинация «Лучшая научно-исследовательская работа по бизнес-информатике» для студентов магистратуры и выпускников 2015 года выпуска

30 - 19
ноябрь 2016

1 место

Номинация «Лучшая научно-исследовательская работа по менеджменту» для студентов бакалавриата

	1 место не присуждалось
	2 место
	3 место отсутствует

Номинация «Лучшая научно-исследовательская работа по менеджменту» для студентов магистратуры и выпускников 2015 года

 Рожков Кирилл Львович профессор кафедры маркетинга фирмы	1 место
 Курьягина Анна Юрьевна доцент кафедры управления проектами	2 место
	3 место не присуждалось

<https://www.hse.ru/best/2016alumni>

Выбор выпускников

По результатам ежегодного мониторинга выпускников. В опросе 2015 года участвовал только выпуск 2015 года (все выпускники магистратуры и выпускники бакалавриата и специалитета, если они не стали поступать в магистратуру НИУ ВШЭ).

Факультет бизнеса и менеджмента

 Быков Алексей Александрович	 Виноградов Андрей Борисович старший преподаватель кафедры логистики	 Валикова Ирина Олеговна профессор кафедры общего и стратегического менеджмента	 Вольнец Юлия Павловна старший преподаватель кафедры английского языка для социальных дисциплин
 Герасимова Виктория Даровна профессор кафедры управления логистической инфраструктурой	 Громов Александр Игоревич профессор кафедры моделирования и оптимизации бизнес-процессов	 Дыбская Валентина Владимировна профессор кафедры логистики	 Комаров Михаил Михайлович доцент кафедры инноваций и бизнеса в сфере информационных технологий
 Наледонина Екатерина Юрьевна	 Перогова Юлия Константиновна профессор кафедры маркетинговых коммуникаций	 Рожков Кирилл Львович профессор кафедры маркетинга фирмы	 Таратухина Юлия Валерьевна доцент кафедры инноваций и бизнеса в сфере информационных технологий
 Татарченко Лев Владимирович директор Высшей школы	 Фель Алла Викторовна доцент кафедры логистики		

<https://www.hse.ru/best/2019alumni>

Рейтинги

2018/2019 учебный год 4 модуль	Маркетинг и брендинг территорий	Лекция	Контакт преподавателя с аудиторией	5	4.6000	0.8	Магистратура 1 курс	М 38.04.02 2014 очная Маркетинговые коммуникации и реклама в3DB6
2018/2019 учебный год 4 модуль	Маркетинг и брендинг территорий	Лекция	Контакт преподавателя с аудиторией	15	4.8000	0.4	Магистратура 1 курс	М 38.04.02 2014 очная Экономика впечатлений: менеджмент в инD3F9
2018/2019 учебный год 4 модуль	Маркетинг и брендинг территорий	Лекция	Контакт преподавателя с аудиторией	21	4.2381	1.06479	Магистратура 1 курс	М 38.04.02 2014 очная Маркетинг
2018/2019 учебный год 4 модуль	Маркетинг и брендинг территорий	Лекция	Контакт преподавателя с аудиторией	10	4.7000	0.64031	Магистратура 1 курс	М 38.04.02 2014 очная Управление проектами: проектный анализ8558
2018/2019 учебный год 4 модуль	Маркетинг и брендинг территорий	Лекция	Контакт преподавателя с аудиторией	4	5.0000	0	Магистратура 1 курс	М 38.04.02 2017 очная Стратегии развития бизнеса: управление7046

Неформальное признание



**Преподавательский
состав:
приглашенные преподаватели
курса**



Международные эксперты



Editor-in-Chief of *Journal of Place Management and Development*,
Director of the Institute of Place Management, prof. **Catherine Parker** (Manchester Metropolitan University)

Academic Editor of *Journal of Place Management and Development*, prof. **Dominic Medway** (Manchester Metropolitan University (2016 -2017))



(2019)
Norberto Muniz Martines
(University of Leon, Spain)



(2018 -2019)
Robert Romanowski (Poznan University of Economics and Business)



(2019)
Magdalena Florek
(Poznan University of Economics and Business)

Приглашенные практики (2019)



Варвара Тумасьева
(КБ Стрелка)



Анна Клепиковская
(Лесной отель «Голубино»)



Александр Ващук
(ГУП Московский
Метрополитен)

Результаты курса (домашнее задание 2019 г.)

ГОЛУБИНО

+7(911)554-14-15, +7(8182)44-14-15
+7(911)598-77-76

Декану факультета бизнеса
и менеджмента НИУ ВШЭ

Каткало В.С.

Благодарность

Уважаемый Валерий Сергеевич!

Выражаем глубокую признательность НИУ Высшая школа экономики за высокий уровень подготовки студентов слушателей курса «Маркетинг и брендинг территорий» Недобежиной Анастасии, Курочкиной Екатерины, Уракова Азизжона, Капустиной Анастасии, Лян Цзинкай, Сенюшкиной Ксении, Чжоу Хуэйлинь за профессиональные знания, нестандартный подход к решению поставленных задач, высокий уровень вовлечения и интерес к предмету!

Студенты занимались решением задач, сформулированных Лесным отелем «Голубино», исходя из реалий рынка и развития местного сообщества. Ребята предложили такие варианты решений, которые уже были приняты нашей компанией к реализации, более того, мы будем рады продолжить наше сотрудничество, поскольку качество решения поставленных задач считаем весьма высоким.

С искренней благодарностью,

Генеральный директор ООО «Голубино»

Шестакова Е.В.





Приходите, скучно не будет !



P.S.

И – торопитесь, количество мест ограничено!

<https://mail2.hse.ru/owa/?ae=Item&t=IPM.Note&id=RgAAAABa1DHBLRU5SIhhl4Tk6X76BwDv14VPrUt zSJTeLgl9pTF0AAAVIjabAAAI1sZIQuzU...> 1/1

Набор на курс.

Dar Kafiev [dar.kafiev@gmail.com]

Отправлено: 6 декабря 2018 г. 16:04

Кому: Рожков Кирилл Львович

Доброго дня Кирилл Львович, беспокоит вас студент магистратуры 1 курса, Менеджмент, Управление проектами, Кафиев Азиз.

Мне бы очень хотелось записаться к вам на дисциплину по выбору «Территориальный маркетинг» в

связи с тем, что места на ваш курс разлетелись как «горячие пирожки» мне назначили другой курс.

Посмотрев вашу презентацию дисциплины я уже по ее наполнению понял, что предмет интересный и

действительно полезный, а самое главное, что Вы подходите к нему с душой. Но увы учебная часть

говорит, что у вас уже сформировано 2 группы по 30 человек. Могли бы Вы взять еще одного студента в порядке исключения. Думаю если Вы дадите свое согласие на «небольшую» нагрузку в

лице одного меня, я был бы действительно очень признателен.

С уважением Кафиев Азиз.

Naiya Kussainova [kussainovaann1601@mail.ru]

Отправлено: 13 января 2019 г. 18:43

Кому: Рожков Кирилл Львович

Добрый вечер, Кирилл Львович!

Прошу прощения,

Вас беспокоит студентка МКУ 181 Кусаинова Найя.

Дело в том, что я хотела бы поменять курс по выбору на тот, который ведете Вы (Маркетинг и

брендинг территорий).

В учебном отделе мне сказали, что мест нет (60 человек уже набрано).

Однако, если Вы разрешите мне стать 61 человеком и посещать Ваш курс, то мне его смогут изменить.

Не могли бы Вы мне дать разрешение, пожалуйста?

Заранее благодарю.

С уважением, Кусаинова Найя

P.S.

И – торопитесь, количество мест ограничено!

Кагарманова Екатерина Николаевна

Отправлено: 14 января 2019 г. 18:21

Кому: Рожков Кирилл Львович; Naiya Kussainova [kussainovaann1601@mail.ru]

Найя, добрый день

Перезапись на курс невозможна из-за превышения количества мест.

С уважением,

Кагарманова Екатерина Николаевна,

Менеджер образовательных программ магистратуры

«HR-аналитика», «Стратегии развития бизнеса:

управление и консалтинг», «Управление проектами:

проектный анализ, инвестиции, технологии реализации»,

«Управление человеческими ресурсами»

факультета бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ

ул. Кирпичная, 33, к. 707;

тел.: 8(495)-772-95-90,*55106,

e-mail: ekaminina@hse.ru

Кагарманова Екатерина Николаевна

Отправлено: 7 декабря 2018 г. 13:03

Кому: Dar Kafiev [dar.kafiev@gmail.com]

Копия: Рожков Кирилл Львович

Добрый день, Азиз.

К сожалению, запись на курс "Маркетинг и брендинг территорий" закрыта из-за истечения сроков записи и наполненности курса.

Перезапись на свободные дисциплины возможна только в случае совпадения расписания между ранее выбранными курсами.

С Уважением,

Кагарманова Екатерина Николаевна,

Менеджер образовательных программ магистратуры

по направлению «Менеджмент»,

Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ

Отправлено: 25 января 2019 г. 16:58

Кому: Рожков Кирилл Львович

Вложения: Заявление_Кусаинова.pdf (418 КБ)

Кирилл Львович, добрый день!

Возвращаюсь к вопросу о записи на Ваш курс студентки Кусаиновой Найи.

Студентка очень хочет

изучать курс "Маркетинг и брендинг территорий" и даже написала заявление с подтверждением о

необходимости изучения дисциплины от научного руководителя КР (Волкова И.О.).

Если Вы все еще не против принять студентку на курс, то учебный офис тоже готов сделать

перезапись.

С уважением,

Кагарманова Екатерина

-----Original Message-----

From: Рожков Кирилл Львович

Sent: Monday, January 14, 2019 3:24 PM

To: Naiya Kussainova

Cc: Кагарманова Екатерина Николаевна

Subject: НА: Запись на курс по выбору

Добрый день, Найя,

мы пришли с учебным отделом к соглашению, что перезапись создает существенные технические и

организационные проблемы.

Я не против в принципе, но, с учетом этих проблем, оставляю окончательное решение за менеджером

Вашей маг. программы Е.Н. Кагармановой, которую ставлю в копию.

С уважением,

КЛ Рожков