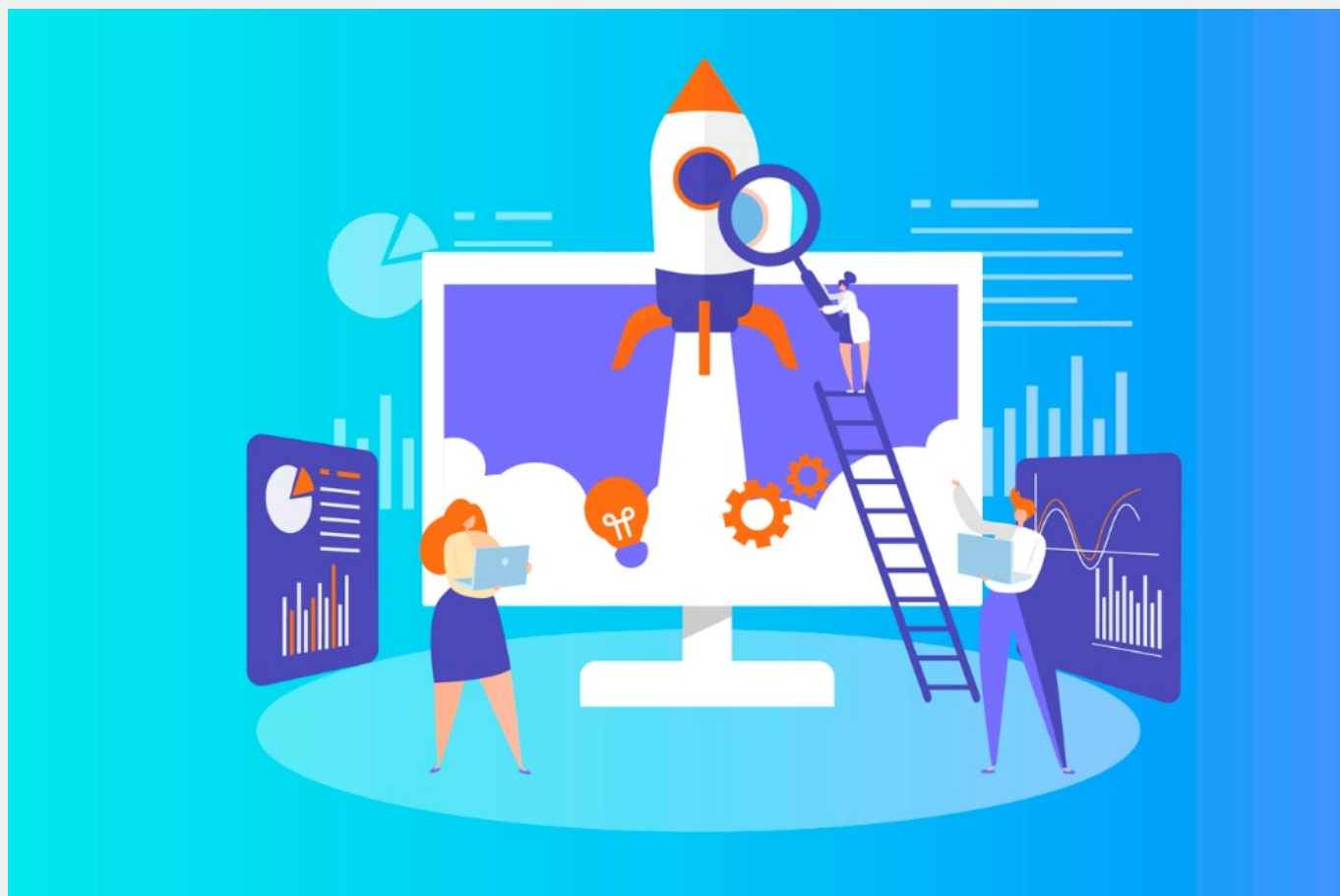


«Каждый кулик свое болото хвалит» или об особенностях территориального маркетинга в XXI веке в формате science-митапа



4 марта в «Точке кипения» Политеха кандидат философских наук, доцент ВШМиСО Дмитрий Геннадиевич ПОПОВ провёл science-митап с говорящим названием – «Каждый кулик свое болото хвалит. Особенности территориального маркетинга в XXI веке». Формат мероприятия предполагает не только интересный контент, но и умение заинтересовать самую взыскательную публику – молодых ученых, цель которых не только найти новые знания, но и получить представление о том, чем занимаются их коллеги из других институтов и высших школ.

Гости познакомились с прекрасными визуальными образами стран и территорий, разобрали кейсы, получили представления о задачах территориального маркетинга по повышению качества жизни населения. Брендинг, маркетинг, краеведение – все это инструменты, цель которых по мнению докладчика позволяет достигать значительных успехов в развитии территорий, а пренебрежение приводит лишь к потере конкурентоспособности. Выступление вызвало живой интерес и активную дискуссию, как о возможностях по применению практик связей с общественностью для развития родных мест, так и о возможных поездках для прямого ознакомления с представленными в презентации локациями.

Особо стоит отметить городские легенды места проведения мероприятия и возможности, которые открывает территориальный маркетинг ряду технических и инженерных специальностей. Встреча в Точке кипения стала по настоящему интересным событием для всех участников и еще раз показала, что физики и лирики Политеха готовы делиться знаниями и отличным настроением. И да, нельзя не отметить легендарное чаепитие и знаменитое печенье от организаторов.

Встреча прошла успешно, а живой формат science-митапа полностью себя оправдал, открывая возможности для дальнейшего развития таких мероприятий.

По материалам ВШМиСО