КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Магнетизм региональной среды, и как его использовать в профориентационной работе

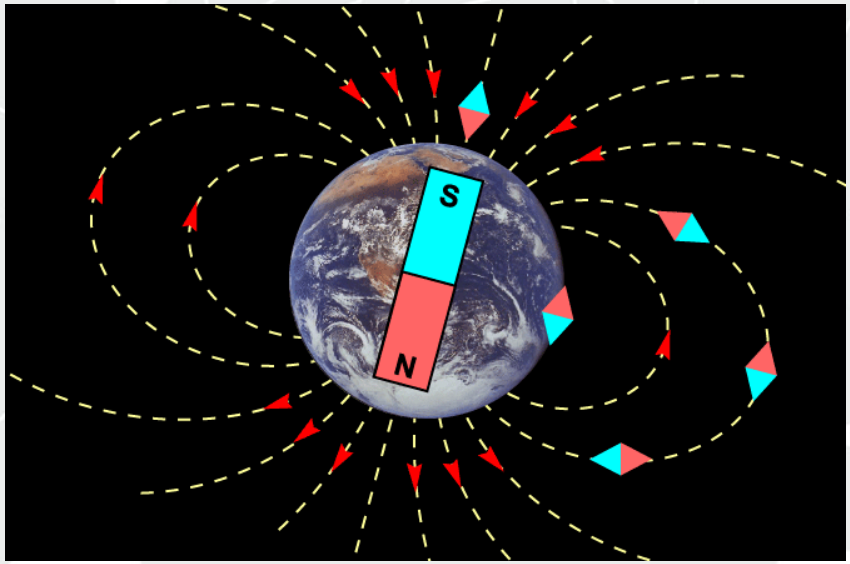
Яковлева Надежда Ивановна
руководитель Управления коммуникаций и PR-сопровождения,
старший преподаватель кафедры СКиМ
Череповецкого государственного университета

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Магнетизм региональной среды



Магнети́зм — форма взаимодействия *движущихся* электрических зарядов, осуществляемая на расстоянии посредством магнитного поля. Наряду с электричеством, магнетизм — одно из проявлений электромагнитного взаимодействия. С точки зрения квантовой теории поля электромагнитное взаимодействие переносится бозоном — фотоном (частицей, которую можно представить как квантовое возбуждение электромагнитного поля).

КОМПАС PRO 2019

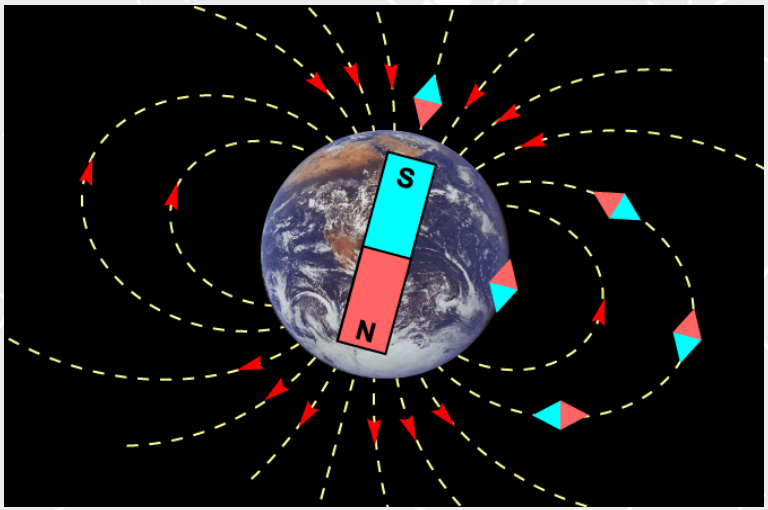
ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Два полюса – две стратегии

Стратегия S: Притяжение. Остаться и найти применение

Стратегия N: Движение по дальней траектории. Уехать и вернуться



- ✓ **Эстетика места**
- ✓ **Базовые услуги**
- ✓ **Открытость и терпимость**
- ✓ **Безопасность**
- ✓ **Лидеры**

https://itpgrad.ru/node/2698

Горнова Галина

«Инструкция по выбору места жительства»

НОВОЕ КЛАССОВОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ОБЩЕСТВА – НА СМЕНУ РАЗДЕЛЕНИЯ «КАПИТАЛИСТЫ – ПРОЛЕТАРИАТ» ПРИХОДИТ РАЗДЕЛЕНИЕ **«МОБИЛЬНЫЕ – УКОРЕНЕННЫЕ»**

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Магнетизм региональной среды

Два полюса – две стратегии

Стратегия S: Притяжение. Остаться в области и найти применение

Стратегия N: Движение по дальней траектории. Уехать и вернуться

Две роли – два результата

Навигатор: **Вдохновить и помочь найти траекторию личного развития**

Помощник: **Разглядеть талант, развить, подготовить и отпустить**







КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Работа в группах

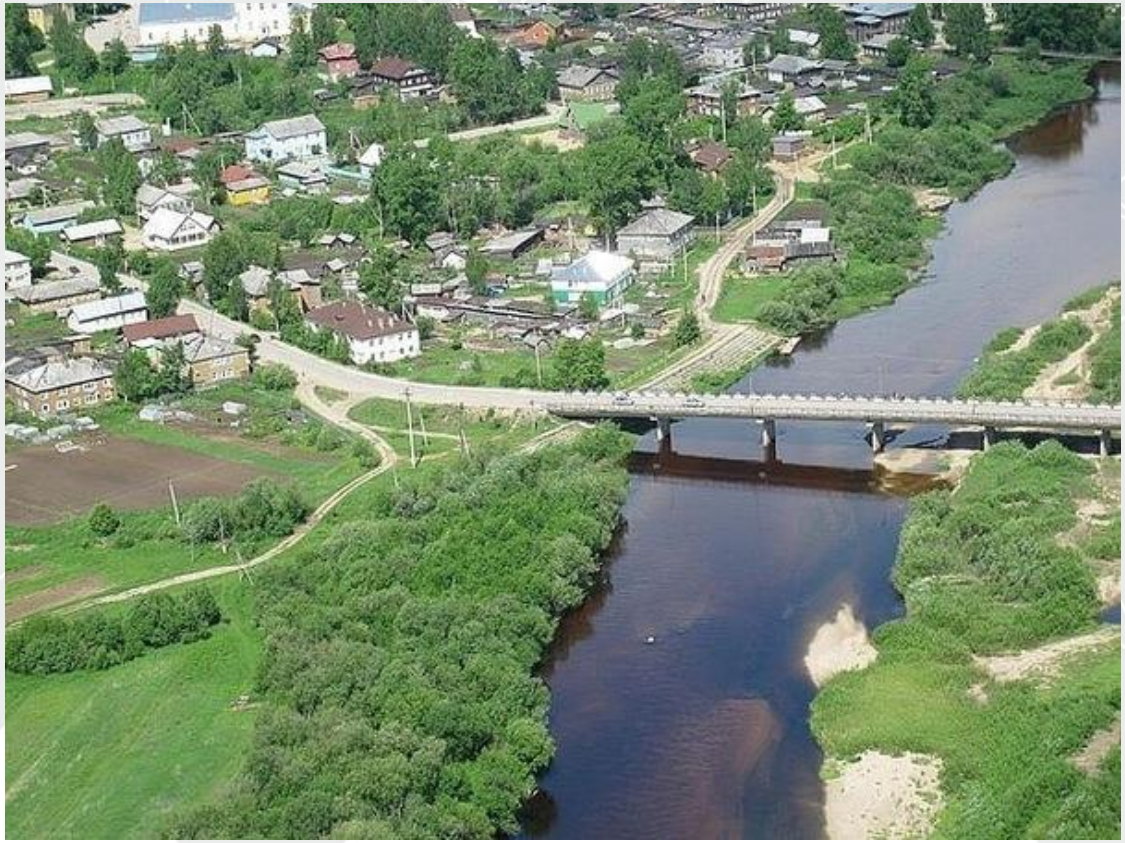


КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Точки притяжения



Общественные пространства

Исторические места

Новые арт-объекты

Места силы

Зеленая территория

Места отдыха

Коммуникационные площадки

Знаковые места

Вологда

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Сила притяжения



Интересные люди

Исторические личности

Сообщества

Истории успеха

Лидеры

События и люди

Вологда

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

История притяжения





Традиции региона

История территории

Репутация и имидж территории

Привлекательность для проживания

Экология и климат

Возможности работы и развития

Ценность места

Вологда

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Идеи притяжения



Объединение вокруг идеи

Повод для развития

Развитие сообществ

Территория инвестирования

Ребрендинг территории

Вологда

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Магнетизм региональной среды

Практическая работа

1) Примеры притяжения (объекты, люди, события, деятельность)
2) Алгоритм создания элемента притяжения (Как и что будет вдохновлять?)
3) Какие люди нужны для этого? Какими знаниями и навыками они должны обладать? (soft skills или hard skills)

Для домашнего эссе:

Какой должна быть территория притяжения для нового поколения?

Вологда

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Теория поколений в выборе территории



КОМПАС PRO 2019

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Теория поколений в выборе территории

https://itpgrad.ru/node/2698

Горнова Галина

Инструкция по выбору места жительства





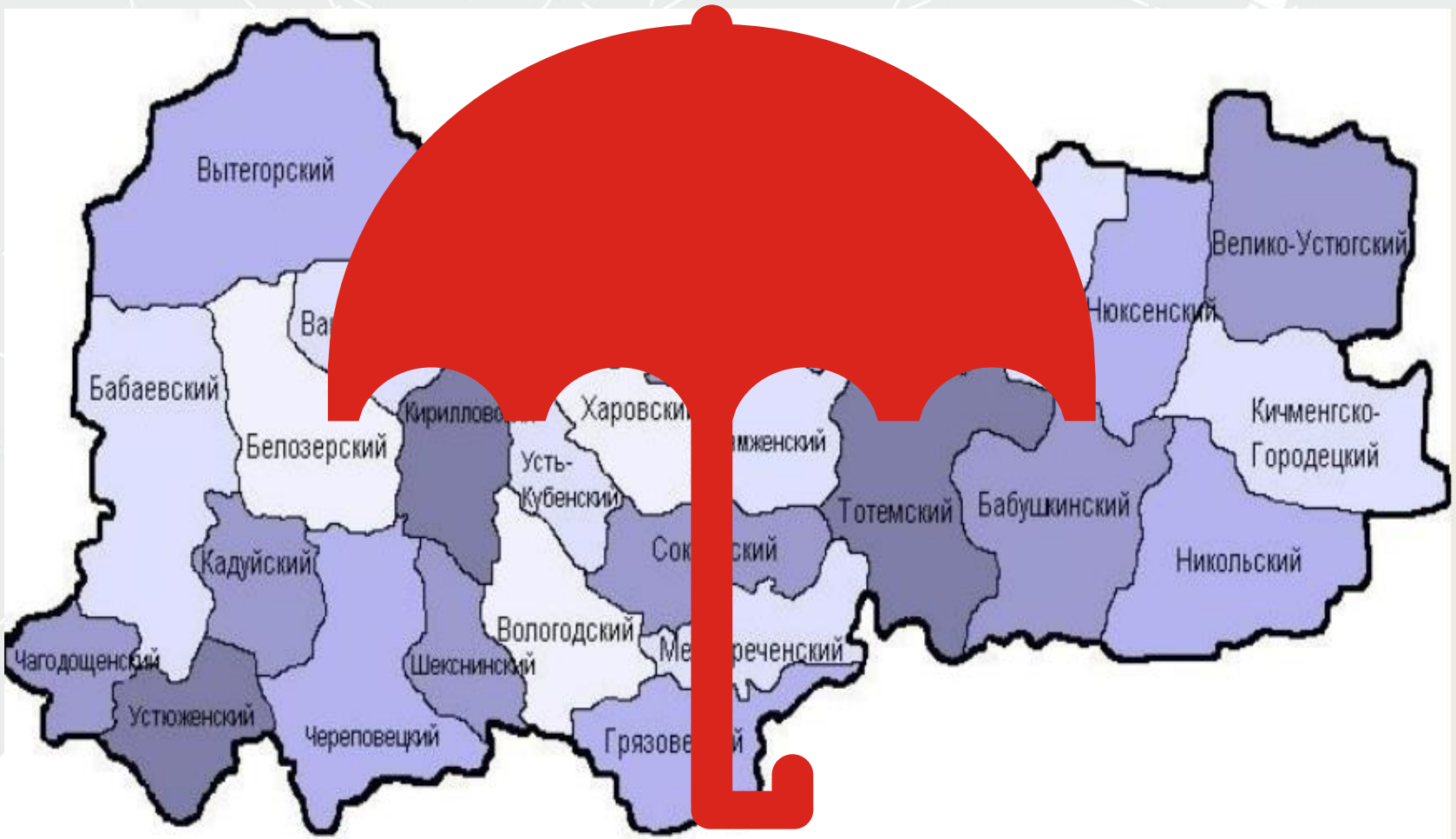
НОВОЕ КЛАССОВОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ОБЩЕСТВА – НА СМЕНУ РАЗДЕЛЕНИЯ «КАПИТАЛИСТЫ – ПРОЛЕТАРИАТ» ПРИХОДИТ РАЗДЕЛЕНИЕ**«МОБИЛЬНЫЕ – УКОРЕНЕННЫЕ»**

КОМПАС 2019 PRO

ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОПОРНЫЙ ВУЗ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Территория развития



vologdatourinfo.ru

- Бабаево – «Скрижали Великих предков», «Страна народной куклы» (почему не Вепская горница?)
- Белозерск – былинный город
- Вашкинский район – «Белоозеро – Липин Бор – Царство Золотой Рыбки»
- Вытегра – порт 5-ти морей
- Вожега – половик, «Здесь поселилась радуга»
- Грязовец – южные ворота Вологодчины (?320 кедров)
- Кадуй – нет бренда (Фестиваль бардовской песни)
- Междуречье – «Клюквенный край», «В гостях у клюквы»
- Кич-Городецкий – «Кичменгское царство – лесное государство» (или*)
- Никольск – нет бренда (родина Яшина, Северные Увалы, реки либо на север либо на юг)

- Нюксеница – сокровищница народных традиций, «Русская Щвейцария»
- Сокол – промышленный, «Островки супружеского счастья», «По дороге к Рубцову», «Тропа любви» на гору Кульсеево
- Сямжа – древний край Вологодчины, городище «городок Чудин», «Честь и слава топору»
- Тарнога – столица меда Вологодского края
- Тотьма – «Соль Земли Русской»
- Устье – «Берег русской старины», «Праздник лодки», Иван Грозный
- Устюжна – город кузнецов и гоголевского Ревизора
- Харовск - географический центр ВО, Василий Белов, Культурное сердце, спортивное сердце, Экстрим парк, Озерный край
- Чагода – стекольный край, родина серых щей

Брендинг территории = «каша из топора»

- **Брендинг разрабатывается для туристов – ложно**
- Брендинг в России это борьба за жителей – верно
- **Бренд города придумывается навсегда – ложно**
- «С того момента, как в котёл забрасывается яркая, интересная идея и хорошая стратегия для превращения **какой-то фишки в тему города,** все управленческие действия в городе становятся осмысленными. Все они проверяются на соответствие или несоответствие этой теме. С этого момента строительство новых развязок, отелей, улучшение качества жизни и инфраструктуры обретает конкретную цель»
- **Смысловая задача брендинга — перезагрузка города в экономическом плане.**



Способы проверки бренда

- Отожествление внутреннее
- Отожествление внешнее
- Масштабом
- Временем
- Способностью к изменениям
- Обратной ассоциацией (Порт 5 морей?)
- Сувенирка
- Упоминаемость в СМИ, но не реклама

- Я из …
- Он из …
- Это где?
- Сто лет известны
- Там новое –
- Порт 5 морей – Ростов-на-Дону и Волгоград, а еще Москва….
- Везде на сувенирах
- Великий Устюг – это уже кейс в учебниках!

Весьегонск - клюквенная столица России

ФЕСТИВАЛЬ КЛЮКВЫ 2014

Проверить бренд:



1. **Это где?**
2. **Это что?**
3. **Суть в чём?**
4. **Какие ассоциации вызывает?**
5. **Что еще похожее есть?**
6. **Хочется ли узнать? Приехать?**
7. **А жить в таком месте?**





