

**АДМИНИСТРАЦИЯ**

**Базарно-Карабулакского муниципального района**

**Саратовской области**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

От 18 мая 2017 года № 321

р.п. Базарный Карабулак

Об утверждении Концепции брендинга

Базарно-Карабулакского муниципального

района до 2020 года

В целях проведения комплексной, целенаправленной и эффективной имиджевой политики, позиционирования и продвижения положительного имиджа Базарно-Карабулакского муниципального района, в соответствии с [Федеральным законом от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации"](http://docs.cntd.ru/document/901876063), распоряжением Правительства Саратовской области от 10 августа 2015 года N 165- Пр "Об утверждении плана мероприятий по реализации концепции брендирования Саратовской области до 2020 года", постановлением Правительства Саратовской области от 17 февраля 2015 года N 63-П "Об утверждении Концепции брендирования Саратовской области до 2020 года". Администрация ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемую Концепцию брендинга Базарно-Карабулакского муниципального района до 2020 года. (Приложение №1)
 2. Опубликовать настоящее постановление путем размещения на официальном сайте администрации Базарно-Карабулакского муниципального района в сети Интернет.
 3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя главы администрации Базарно-Карабулакского муниципального района Будеева Игоря Александровича.

**Глава муниципального района О.А.Чумбаев**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

Приложение №1 к постановлению администрации Базарно-Карабулакского муниципального района

№ 321 от 18.05 2017 года

Концепция брендинга Базарно-Карабулакского муниципального района до 2020 года

I. Основные понятия

 В целях настоящей Концепции используются следующие основные понятия:

бренд территории - совокупность ценностей, эмоций, прямых и косвенных ассоциаций потребителей бренда об Базарно-Карабулакского муниципальном районе, поселениях, входящих в его состав, материальных и нематериальных (духовных, нравственных, эмоциональных) характеристиках, местном колорите и культуре. Представление об Базарно-Карабулакского муниципальном районе, привлекательности его мест, качестве производимых товаров и услуг, отличающих местность от других. Формируется на основе ярко выраженного позитивного имиджа территории и является высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтений, важнейшим фактором конкурентных преимуществ территории, активом экономики муниципального района.

Может быть выражен в названии, термине, знаке, символе или любой другой качественной характеристике, которая позволяет идентифицировать указанную территорию как отличную от других через набор образов в воображении потребителей бренда;

 брендинг территории - процесс создания и развития бренда территории посредством аккумулирования, сохранения, трансляции и тиражировании ее уникального духовного, социального, экономического, политического капитала, воплощенного в узнаваемых образах, идущий в непрерывном режиме;

 брендирование - процесс управления созданным брендом территории, позволяющий популяризировать территорию за счет разработанного корпоративного стиля;

имидж территории - относительно устойчивая и воспроизводящаяся в массовом сознании и (или) индивидуальном сознании совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений о территории, складывающаяся на основе информации, полученной о территории из различных источников, а также исходя из собственного опыта и впечатлений;

 имиджевая политика - понимается как целенаправленная информационно-коммуникативная деятельность по созданию определенного имиджа территории, которая может быть скорректирована в соответствии с поставленными целями и задачами;

 объект брендинга - бренд Базарно-Карабулакского муниципального района, а также бренды товаров и услуг, локализованные на территории Базарно-Карабулакского муниципального района;

 потребители бренда - целевые аудитории, на которые направлено оказываемое брендом воздействие;

 предмет брендинга - отличительные особенности и конкурентные преимущества Базарно-Карабулакского муниципального района, с помощью правильного использования которых создается бренд территории;

 суббренд - бренд поселения (городского/сельского), входящего в состав Базарно-Карабулакского муниципального района, а также бренд того или иного предприятия, четко соотносимый с территориальной принадлежностью к Базарно-Карабулакскогоу муниципальному району;

 субъект брендинга - инициатор и непосредственный участник деятельности по формированию бренда территории (органы местного самоуправления, бизнес-структуры и их объединения, средства массовой информации, общественные организации, спортивные, культурные и образовательные организации).

II. Характеристика проблемы, подлежащей решению

Формирование бренда для определенной территории является одним из ресурсов для ее эффективного функционирования и развития. В условиях жесткой конкуренции среди регионов за приток инвестиций, квалифицированной рабочей силы, экологически безопасного производства все более актуальной проблемой становится повышение имиджа и инвестиционной привлекательности территорий. Бренд муниципального района выступает важным фактором продвижения муниципального района, а также поселений, входящих в его состав, и создания позитивного имиджа Базарно-Карабулакского муниципального района.

 Брендинг территории опирается и включает в себя формирование, продвижение, развитие бренда. Этот процесс строится на политическом, экономическом, социокультурном, туристическом потенциале территории и природно-рекреационных ресурсах, а также брендах товаров и услуг, локализованных в Базарно-Карабулакском муниципальном районе.

 Выявление уникальных территориальных предложений, которые можно использовать для устойчивого развития определенных видов деятельности, продвижения на рынке их продуктов и услуг, - важное условие эффективного процесса брендинга.

 Создание сильного бренда территории позволит:

стимулировать поток инвестиций в приоритетные отрасли экономики;

стимулировать процессы кластерного развития приоритетных отраслей экономики;

активизировать экспорт продукции местных производителей;

повысить привлекательность территории, что положительно скажется на удерживании местного населения и квалифицированных кадров от миграции и привлечении нового населения, обладающего востребованными навыками и квалификацией.

 Брендинг территории - важная составляющая ее маркетинга, одна из приоритетных задач, которую следует решать наравне с другими задачами по созданию комфортной среды для проживания местного населения.

Позиционирование территории и, как следствие, - создание положительного имиджа муниципального района основано на ее уникальности и своеобразии. Базарно-Карабулакский муниципальный район обладает достаточными ресурсами: достопримечательностями, уникальными памятниками истории, архитектуры, религиозными объектами, культурными и национальными особенностями. Кроме этого, весомую роль в создании положительного имиджа играет стабильная политическая и социально-экономическая ситуация, развитие сети автомобильных дорог, доступность средств связи и развитие туристской инфраструктуры.

Базарно-Карабулакский муниципальный район добился значительных успехов, что подтверждают высокие социально-экономические показатели, победы на различных конкурсах регионального и всероссийского уровней. В свою очередь, эффективный брендинг территории позволит добиться узнаваемости и известности не только на региональном, но и федеральном и международном уровнях.

III. Цель и задачи Концепции

Общественно-политическая, культурно-историческая, инвестиционная привлекательность любой территории не возникает на пустом месте, а является следствием сформированного и актуализированного имиджа. Имидж является одним из определяющих факторов восприятия территории и формирования вокруг нее дружественной общественной среды.

Цель Концепции: создание четкого и привлекательного образа Базарно-Карабулакского муниципального района как одного из перспективных и активно развивающихся муниципальных районов. В свою очередь это будет способствовать активности бизнес-сообщества, увеличению инвестиционной привлекательности муниципального района, развитию сотрудничества с другими регионами, обеспечению присутствия бренда муниципального района в информационном пространстве.

Задачи Концепции:

1) проведение анализа и определение конкурентных преимуществ и негативных факторов, отрицательно влияющих на создание положительного образа Базарно-Карабулакского муниципального района;

2) определение и актуализация уникальных характеристик Базарно-Карабулакского муниципального района, способствующих формированию и продвижению его положительного образа;

3) создание системы продвижения имиджа Базарно-Карабулакского муниципального района для всех общественных аудиторий, в том числе посредством информирования о современном уровне и перспективах развития Базарно-Карабулакского муниципального района через средства массовой информации муниципального, регионального и федерального уровней;

4) позиционирование Базарно-Карабулакского муниципального района с точки зрения территории устойчивого экономического развития в целях привлечения инвесторов;

5)продвижение суббрендов (брендов поселений, входящих в состав Базарно-Карабулакского муниципального района, предприятий и организаций, работающих на территории муниципального района) и налаживание механизма экспорта новых продуктов;

6) обеспечение взаимодействия органов местного самоуправления с общественными объединениями, организациями по созданию и продвижению имиджа Базарно-Карабулакского муниципального района;

7) проведение целенаправленной и систематической работы по мониторингу общественного мнения и характера представлений общественной аудитории о социально-экономической, политической ситуации, инвестиционной привлекательности Базарно-Карабулакского муниципального района;

8) стимулирование разработок и апробации инновационных проектов создания привлекательного образа Базарно-Карабулакского муниципального района.

IV. Принципы Концепции

Научная обоснованность. Концепция основывается на Концепции брендирования Саратовской области, разработках отечественных и зарубежных авторов в вопросах брендинга территорий, описанном специалистами опыте брендинга других территорий (населенных пунктов), основных концепциях маркетинга территорий, а также на данных, отражающих реальную социальную, экономическую и политическую ситуацию в Базарно-Карабулакском муниципальном районе. Результатом научного обоснования Концепции должно стать прогнозирование реализации и определение дальнейшею алгоритма действий.

Социологическая обоснованность напрямую связана с научной обоснованностью и предусматривает первичное социологическое исследование по формированию имиджевой характеристики территории, уровня социального самочувствия населения, мониторинг средств массовой информации по вопросам конструирования имиджа Базарно-Карабулакского муниципального района.

Системность предусматривает единство набора методов и средств по реализации Концепции на территории, совместную деятельность органов местного самоуправления, представителей научного сообщества и общественности. Кроме того, системность предусматривается во взаимодействии с другими проектами, стратегиями и программами, реализуемыми на территории Базарно-Карабулакского муниципального района.

Планомерность реализации обоснована необходимостью поэтапной реализации Концепции и ее технологической обоснованностью. Применение принципа технологической обоснованности требует четкой последовательности решений и действий на каждом этапе реализации.

Инновационность определяется необходимостью внешней оценки конкурентных преимуществ каждой территории и требует нестандартных решений и креативного подхода.

Общественное участие предусматривает вовлечение представителей общественности в процесс реализации и учета общественного мнения в разработке бренда территории.

Историческая преемственность в формировании бренда территории должна отражаться в уважении к историческому прошлому местности и в объективном взгляде на ее будущее.

Стратегия развития бренда Базарно-Карабулакского муниципального района описывает ценности бренда, целевые аудитории, внешние и внутренние коммуникации, а также образы и персоналии, которые сообщает муниципальный бренд/суббренд.

В результате разработки стратегии определяются важные ориентиры для проведения публичных информационных кампаний, развития общественных связей, проводимых органами местного самоуправления, бизнес-ассоциациями, отдельными предприятиями, усиливающее целостное и позитивное восприятие экономики, науки, культуры, образования, спорта в Базарно-Карабулакском муниципальном районе.

При этом будет обеспечено решение задачи эффективного взаимодействия и повышения результативности деятельности информационных кампаний, в том числе связанных с проведением крупных событий муниципального/регионального/ федерального/международного масштаба, таких, как: встречи на высшем уровне, спортивные соревнования, фестивали, экономические форумы, выставочные мероприятия, научные мероприятия. В результате реализации стратегии развития бренда муниципального района должно быть обеспечено комплексное использование различных каналов коммуникаций (прямая реклама, развитие общественных связей, форумов, конференций, выставок, ярмарок, семинаров, мероприятия в сфере культуры, интернет-коммуникаций, информационных агентств и организаций телерадиовещания), а также обеспечение эффективного взаимодействия деятельности органов местного самоуправления, заинтересованных объединений предпринимателей и организаций гражданского общества при активном привлечении средств массовой информации.

V. Основные направления и мероприятия брендинга и имиджевой политики Базарно-Карабулакского муниципального района

В общественно-политической сфере:

1) разработка организационной схемы управления деятельностью по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Базарно-Карабулакского муниципального района;

2) разработка системы финансового обеспечения деятельности по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Базарно-Карабулакского муниципального района;

3) организация деятельности субъектов имиджевой политики по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Базарно-Карабулакского муниципального района, в том числе:

систематическое, планомерное информирование общественных аудиторий о взаимодействии субъектов имиджевой политики с органами местного самоуправления, общественными и иными организациями;

систематическое, планомерное информирование общественности о деятельности субъектов имиджевой политики и систематическое информирование о существующей реакции общественности на проводимую политику;

информационно-разъяснительная работа представителей общественности (политических партий, общественных объединений, представителей национальных групп (диаспор), представителей религиозных конфессий) с населением с целью усиления внимания к проблемам нравственного, культурного и патриотического воспитания.

В информационно-коммуникативной сфере:

организация деятельности средств массовой информации, в том числе:

1) консолидация средств массовой информации и массовых коммуникаций по продвижению благоприятного образа Базарно-Карабулакского муниципального района на внутреннем и внешнем рынках распространения информации;

2) оперативное размещение информации об Базарно-Карабулакском муниципальном районе, его людях и событиях, товарах и услугах в определенных экономических, политических, социально-культурных, исторических, психологических, образовательных контекстах;

3) целенаправленное системное распространение различного рода информации об Базарно-Карабулакском муниципальном районе в целях продвижения его благоприятного образа, создания его высокой репутации.

В сфере социально-экономического развития:

1) организация деятельности по созданию имиджа Базарно-Карабулакского муниципального района, в том числе:

а) анализ, оценка и определение приоритетов инвестиционной политики муниципального района и формирование благоприятных условий для инвестирования и предпринимательства;

б) проведение целенаправленной и систематической работы по мониторингу общественного мнения и динамики представлений общественных аудиторий о социально-экономической, инвестиционной привлекательности Базарно-Карабулакского муниципального района;

в) создание условий для повышения эффективности производства и конкурентоспособности продукции;

г) разработка принципов имиджевой политики по секторам экономики;

д) расширение и углубление экономических, социально-культурных, научных связей Базарно-Карабулакского муниципального района с другими субъектами Российской Федерации, а также международных и внешнеэкономических связей в установленном законодательством порядке;

2) обеспечение туристской привлекательности Базарно-Карабулакского муниципального района;

а) развитие и поддержка внутренних туристских ресурсов;

б) продвижение туристского потенциала Базарно-Карабулакского муниципального района на региональных, российских и международных туристских выставках, с привлечением национальных творческих коллективов.

В сфере культуры и духовного развития:

формирование имиджа Базарно-Карабулакского муниципального района на основе сохранения и развития культурного и духовного потенциала общества, формирование современной культуры Базарно-Карабулакского района, в том числе:

а) поддержка и сохранение национальных культур народов, проживающих на территории Базарно-Карабулакского муниципального района;

6) сохранение и поддержка достопримечательностей, историко-культурных и природных памятников на территории Базарно-Карабулакского муниципального района;

VI. Технология брендинга в Базарно-Карабулакском муниципальном районе

Концепция рассчитана на 2017-2020 годы.

Концепция предполагает использование следующих инструментов брендинга:

1. Стратегические инструменты (направлены на формирование "стержня" бренда с учетом основных характеристик территории, с использованием следующих приемов:

определение стратегии развития территории, устанавливающей приоритетные направления развития, исходя из анализа социально-экономической, политической ситуации, культурного и научного потенциала, географического положения;

определение миссии территории, формулировка слогана, заключающего в себе основной смысл ее существования и деятельности).

2. Символические инструменты (представляют собой определенный набор визуальных способов воздействия на потребителей бренда). К ним относится;

создание единого стиля и дизайна основных атрибутов территории (логотипы и иные значимые символы);

выпуск рекламно-информационной и сувенирной продукции, выдержанной в схожих стилистических решениях.

3. Рекламные инструменты (предусматривают распространение информации о территории, адресованной потребителям бренда и направленной на привлечение внимания к территории как объекту брендинга путем ее размещения в средствах массовой информации, изготовления печатной продукции (брошюры), в сети Интернет, в том числе на специально созданных порталах, телевизионной рекламы (создание имиджевых телепрограмм, отражающих в позитивном ключе специфику и развитие территории).

4. PR-инструменты (комплекс мероприятий по продвижению бренда, основанный на представлении общественности информации об особенностях территории и сотрудничестве с ней путем привлечения к совместной деятельности, в том числе:

актуализация публичных фигур или исторических личностей, с которыми территория прочно ассоциируется;

организация событий и специальных мероприятий (конкурсы, выставки, фестивали, конференции, спортивные мероприятия);

выход территории на региональный, федеральный и международный уровни с представлением ее достижений (участие в выставках, презентациях и т.п.);

развитие и продвижение местных брендов товаров и услуг;

продвижение герба/гимна территории, разработка рекламного сообщения (слогана), имиджевая позиция;

визуальная коммуникация, основные заставки (видов района). С целью повышения эффективности визуальной коммуникации разрабатываются методические документы - паспорта, стандарты, наборы инструкций по правильному использованию и размещению визуальных идентификаторов бренда и каталога).

VII. Управление брендом

Управление брендом - процесс создания индивидуальных черт бренда, изменения их для достижения максимальной эффективности, мониторинг применения, позволяющего определять, что индивидуальные черты не корректируются в угоду тактической выгоде, а также составления планов антикризисного управления брендом в случае необходимости с целью стратегического увеличения стоимости бренда.

Главными средствами управления брендом муниципального района являются коммуникационные мероприятия и средства, демонстрирующие открытость территории для контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, удостовериться в существенности имеющихся у нее преимуществ, а также использование символики территорий в сферах транспорта, связи, туризма и гостеприимства; организация пресс-туров по территории муниципального района и приемов различных делегаций, проведение культурных и спортивных мероприятий, а также промоушн и рекламных акций, взаимодействие с деятелями из различных областей науки и культуры, музыки и театра, участие их в общественной жизни муниципального образования; выставочно-ярмарочная и другая презентационная активность, целью которой является демонстрация потенциала, ресурсов, возможностей, различных объектов территории Базарно-Карабулакского муниципального района.

VIII. Ожидаемые результаты реализации Концепции

Ожидаемыми системными эффектами брендинга Базарно-Карабулакского муниципального района должны стать социально-экономические и маркетинговые эффекты.

Социально-экономические эффекты:

повышение деловой и социально-экономической активности в связи с увеличением потоков ресурсов и улучшением имиджа территории;

приток инвестиций в экономику Базарно-Карабулакского муниципального района, обеспечение участия Базарно-Карабулакского муниципального района в региональных и федеральных программах, национальных проектах, программах, финансируемых федеральными институтами развития и международными организациями;

развитие туристического потенциала Базарно-Карабулакского муниципального района;

установление информационных каналов для распространения актуальной информации о событиях, происходящих в Базарно-Карабулакском муниципальном районе;

улучшение социального благополучия населения Базарно-Карабулакского муниципального района; формирование у жителей Базарно-Карабулакского муниципального района позитивного отношения к своей территории.

Маркетинговые эффекты:

повышение узнаваемости территории;

повышение статуса территории, ее конкурентоспособности.

Заведующий сектором делопроизводства и кадровой работы С.Е. Павлова