



Европейский институт образования по связям с общественностью (IEERP), г. Париж, Франция

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь, Россия



Гуманитарный факультет  
Кафедра иностранных языков и связей с общественностью

Европейский институт PR (IEERP, объединение профессионалов по связям с общественностью Франции, международный президент Жак Сегела) и программа Международного сотрудничества НИУ ПНИПУ приглашают принять участие в модульной программе **«Инновации в брендинге и в стратегических коммуникациях»**.

**Формат программы:** мастер-классы, брейнсторминг, проектная лаборатория.

**Спикер:** Татьяна Лебедева – доктор наук, профессор, международный директор и руководитель программ IEERP (Париж), автор образовательно-консалтинговых и экспертных программ для РЖД, РАО ЕЭС, Газпрома и др., ряда администраций российских и зарубежных регионов. Автор более 15 монографий по международной коммуникации и паблик рилейшнз, изданных в Москве, Праге, Париже, Бухаресте, научный руководитель проекта «Энциклопедия паблик рилейшнз» (Москва-Париж, 2009) и «Геобрендинг: практическая коммуникация в продвижении территорий».

Программа будет проходить **18-20 апреля 2016 г.** в Пермском национальном исследовательском политехническом университете в **ауд. 425 главного корпуса** (4 этаж) по адресу: г. Пермь, Комсомольский проспект, 29.

Участие в программе бесплатное. Проезд и питание – за счёт участников семинара.

**Регламент программы\*:**

Понедельник, 18 апреля 2016

09.00 – 10.00	Регистрация участников программы	ауд.425
10.00	Открытие семинара	ауд.425

### Мастер-класс

10.00 –  
14.00

- Как работать над увеличением стоимости бренда? Бренд как нематериальный актив (экономический результат «привязан» к активу нематериальному) Роль коммуникации в формировании нематериальных активов компании и добавленной стоимости бренда. Репутация и goodwill как нематериальные «продукты» коммуникации.

- Коммуникационные ресурсы по продвижению бренда как инвестирование в развитие. Нематериальная составляющая в увеличении стоимости бренда. Бренд как вектор нематериальной экономики.

ауд.425

- «Панель управления брендом» в практическом консалтинге. Генетический код как коммуникационная основа коммуникации бренда. Формирование бренд-платформы. Легендарный продукт и создатель бренда в модели удлинения «коммуникационной цепочки».

- Правило «коммуникационной цепочки» в позиционировании бренда. Моделирование ДНК-кода бренда (модели Chanel, LV, Пермь и др.)

14.00 –  
15.00

### Обед

### Мастер-класс. Брейнсторминг

15.00 –  
18.00

- Нарративные технологии в управлении брендом. Сторителлинг (или модели нарративной коммуникации) в брендировании. Концепция «storytelling management». Как создать собственную историю? (Брейнсторминг) Форматы коммуникации бренда: от сторителлинга к бренд-контенту и бренд-культуре.

- Репутация как «отчужденная собственность» и управление нематериальными рисками.

ауд.425

- Модели влияния на общественное мнение в международном формате.

- «Темы-мобилизаторы» общественного мнения: что вызывает дебаты?

- Технологии работы с целевыми аудиториями в условиях повышенных рисков, моделирование эмоционального и рационального формата коммуникации и их роль в управлении отношениями компании с целевыми аудиториями.

- «Экономика» и «геополитика» эмоций: эмоциональная парадигма в создании добавленной стоимости.

Вторник, 19 апреля 2016

09.00 –  
10.00

### Регистрация участников программы

ауд.425

10.00 – 14.00	<p><b>Проектная лаборатория</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Как оценить репутацию бренда в цифровом пространстве?</li> <li>• Концепция «пирамиды влияния» в сети и возможности ее использования для определения репутации бренда в интернете. Построение картосхемы репутации бренда в интернете (проектная лаборатория, выбор бренда по желанию участников).</li> </ul>	ауд.425
14.00 – 15.00	<b>Обед</b>	
15.00 – 18.00	<p><b>Мастер-класс. Проектная лаборатория</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Теория «общественных инноваций» и ее влияние на международную коммуникацию. Универсальные тренды международной коммуникации. Тренд «искусство» в брендинге и продвижении территорий (Пермь, Дягилев)</li> <li>• Особенности построения международных программ коммуникации региональных брендов (300-летие Перми, 300-летие Канта, Калининград)</li> <li>• Формирование мифологии и эстетики брендов в эмоциональной парадигме коммуникации (символизация места действия, флагманские магазины, бутики и музеи как сакральные места и их ньюсмекерские функции). Канал коммуникации как составная концепта. Инструментализация искусства в PR-программах.</li> <li>• Специфика идентификации тенденций (slow-communication и др.) и их интеграция в коммуникационную политику бренда (модель Chanel, LV). Премиальные бренды как лаборатория современного международного консалтинга.</li> <li>• Проектная лаборатория. Модели создания трендов при продвижении брендов местных производителей и территориальных брендов.</li> </ul>	ауд.425

Среда, 20 апреля 2016

09.00 – 10.00	<b>Регистрация участников программы</b>	ауд.425
10.00 – 14.00	<p><b>Мастер-класс</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Концепции «устойчивого развития» и «справедливой торговли». Эволюция коммуникации компаний по социально-экономической проблематике. Модель «репутационного круга». Влияние актуальных трендов («устойчивое развитие», «экотуризм») на эффективность брендинга.</li> <li>• «Индустриальный туризм» как формат событийного менеджмента. Модель «драйверной коммуникации» в геобрендинге.</li> </ul>	ауд.425
14.00 – 15.00	<b>Обед</b>	

15.00 – 17.00	<p><b>Мастер-класс. Проектная лаборатория</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Эволюция моделей функционирования коммуникационного агентства на основе формирования эко-системы целевых аудиторий (ДНК организации, функциональные особенности коммуникационного ресурса, проектный менеджмент). Формирование экосистемы целевых аудиторий и управление изменениями как PR-функция.</li> <li>• Мультикультурная коммуникация: форматы и особенности. Трансверсальная коммуникация. Влияние мультикультурного формата на позиционирование и продвижение брендов, процессы слияний-поглощений (M&amp;A – mergers and acquisitions) .</li> <li>• Проектирование (формирование проектов к 300-летию Перми) с привлечением изученных моделей и технологий.</li> </ul>
17.00 – 18.00	<p><b>Подведение итогов семинара</b></p> <p style="text-align: right;">ауд.425</p> <p><b>Выдача сертификатов</b></p>

\* Содержание программы может варьироваться по времени в рабочем порядке.

Заявку\*\* для участия в программе необходимо отправить по электронной почте [pr.pstu@gmail.com](mailto:pr.pstu@gmail.com) (в поле «Тема» письма указать «Заявка») **до 15 апреля 2016** или по ссылке <http://goo.gl/forms/S3UbfhycXS>.

Участникам программы выдаются сертификаты установленного образца при условии участия в программе в течение всех 3-х дней.

**Руководители программы:**

От IEERP:

Татьяна Лебедева – доктор филологических наук, профессор, директор международных программ IEERP (Париж).

От ПНИПУ:

Светлана Шляхова – доктор филол. наук, зав.кафедрой «Иностранные языки и связи с общественностью», 8-902-800-888-9, [shlyahova@mail.ru](mailto:shlyahova@mail.ru)

Юлия Лекторова – кандидат полит. наук, доцент кафедры «Иностранные языки и связи с общественностью», 8-950-449-33-49, [lektorova2015@yandex.ru](mailto:lektorova2015@yandex.ru) .

**Ответственный секретарь программы** – аспирант кафедры «Иностранные языки и связи с общественностью» Виктория Ташкинова, 8-912-988-32-33, [vikatash@gmail.com](mailto:vikatash@gmail.com).







