УДК 316.773
А. В. Богомолов
Томский государственный университет
Россия, Томск
9letters@mail.ru

Позиционирование Томска как университетского города

Статья посвящена основным задачам позиционирования Томска в качестве университетского города и вариантам их решения.
Ключевые слова: Томск; университет; имидж города; студенты; позиционирование.

Исторически сложившееся уникальное сочетание студенчества, науки и истории – важнейшие составляющие имиджа Томска. Томск должен являться символом активного сотрудничества науки, бизнеса и образования, городом перспектив и возможностей. При создании стратегии позиционирования и продвижения имиджа Томска следует сосредоточиться на следующих задачах:

1) на активном продвижении университетского имиджа Томска, преодолении информационной замкнутости;

2) на создании благоприятных условий для проживания жителей города, а также борьбе с имиджем «перевалочного пункта» для студентов;

3) на деятельности по увеличению числа студентов, туристов, инвесторов и гостей города.

Для успешной реализации программы позиционирования университетского города следует привлечь:

– местных жителей к разработке программ по формированию имиджа Томска (пул перспективных проектов по изменению городской среды, составленный на основе их идей и предложений, даст власти возможность оценить ожидания целевых аудиторий, что позволит повысить ее ответственность за результат);

– представителей различных социальных групп, землячеств и профсоюзов к обсуждению в рамках круглых столов и конференций;

– студентов и школьников к активному участию в продвижении имиджа университетского города (так, каждый учащийся за пределами города может являться его послом, быть готовым рассказать о ценностях Томска и ответить на вопросы о его особенностях, тем самым формируя в умах потенциальных потребителей позитивный образ города);

© Богомолов А. В., 2015

– предприятия, бизнес-сообщество, общественные объединения к активному участию в реализации проектов и программ, связанных с продвижением Томска (благодаря их деятельности в городе возможно появление новых рабочих мест, выделение средств для профильных стипендий в университетах и т. п.);

– города-побратимы Томска и зарубежных партнеров к реализации программ и проектов;

– профессиональные и любительские творческие коллективы для подготовки мероприятий, связанных с продвижением образа университетского города на межрегиональном и федеральном уровнях.

В целях преодоления информационной замкнутости и продвижения образа университетского Томска в средствах массовой информации следует обеспечить:

– эффективную и бесперебойную работу официального городского интернет-сайта (либо создать специальный сайт), где будет размещаться основная информация о мероприятиях и событиях, связанных с продвижением имиджа Томска;

– создание тематических блоков и программ об университетском Томске с целью продвижения города в виртуальном пространстве и информирования людей об уникальности города и его возможностях (для этого необходимо привлечь к их созданию максимально возможное число СМИ, в том числе регионального и федерального уровня);

– привлекательный и понятный визуальный ряд продвижения городского имиджа, основанный на диверсифицированном подходе (для этого необходимо провести анализ символического капитала города Томска, выявить наиболее яркие образы городского пространства, составить бренд-бук, создать логотип университетского города и на этой основе осуществлять символическую политику города);

– выпуск открыток, марок, товаров и сувениров, непосредственно связанных с образами университетского Томска; памятных знаков, благодарственных писем и грамот с университетской символикой для почетных жителей и гостей Томска.

В целях увеличения туристского потока и успешного продвижения научно-образовательного комплекса города Томска считаем необходимым:

– создание и популяризация городских легенд, связанных с университетским Томском;

– проведение студенческих праздников, знаменательных дат и юбилеев университетов с привлечением творческих коллективов из России и

зарубежных стран (важно, чтобы о томских праздниках знали не только томичи);

– открытие постоянных выставок, посвященных развитию научно-образовательного комплекса Томска, в библиотеках и музеях;

– развитие образовательного туризма на базе томских университетов;

– проведение региональных и федеральных ярмарок студенческих стартапов с участием промышленных и инновационных предприятий Томска и других городов;

– проведение массовых спортивных соревнований среди студентов, Сибирских студенческих игр;

– проведение ежегодного конкурса сочинений и рисунков, посвященного видению школьниками будущего Томска;

– увеличение количества студенческих конференций, симпозиумов, открытых лекций, посвященных перспективам развития Томска;

– упрощение студенческих и аспирантских обменов между университетами;

– организация на постоянной основе культурного обмена между Томском и городами-побратимами.

Стоит заметить, что данные рекомендации являются лишь дополнением к проводимой городскими властями программе внешнего позиционирования Томска [1].

По нашему мнению, Томск соответствует общемировому имиджу университетского города и при правильном позиционировании и успешном решении текущих проблем может стать университетским городом № 1 в России [2], что в свою очередь даст мощный импульс к развитию города как университетского и культурного центра Сибири, а также станет дополнительным фактором в формировании его инвестиционной привлекательности.

---

1. Внешнее позиционирование города Томска [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Думы города Томска. 2009. URL: http://duma.tomsk.ru/page/11227 (дата обращения: 20.03.2015).

2. Томск возможно получит статус студенческой столицы России [Электронный ресурс] // СибНовости Томск. 2013. URL: http://tomsk.sibnovosti.ru/society/233768-tomsk-vozmozhno-poluchit-status-studencheskoy-stolitsy-rossii (дата обращения: 20.03.2015).