

Комсомольская настройка

Проектно-практический семинар, выстроенный в формате городского диалога. Будет увлекательно и интересно.

4 декабря (воскресенье) мы приглашаем жителей города в Музее изобразительных искусств (Проспект Мира, 16). Здесь состоится проектирование портфеля брендов Комсомольска-на-Амуре.

Вместе мы должны понять, что из себя представляет Комсомольск, выявить его особенности, конкурентные преимущества и отличия от других городов, а потом всё это упаковать.

Будут все заинтересованные в развитии города субъекты: представители неформальных городских сообществ, администрации, бизнеса, эксперты и активисты. Для вас важно развитие города и вы готовы что-то сделать для этого? Тогда приходите. Вход свободный.

У вас будет возможность не только принять участие в проектировании, но и получить базовые знания о развитии городов.

Мы специально пригласили опытного эксперта. Вести образовательный блок и модерировать сложный, но интересный разговор будет социальный инженер [Свят Мурунов](#).

Регистрация участников начнётся в 10:30. Работать начинаем в 11:00. Закончим в 19:30. Встреча без галстуков!

ПРОГРАММА

Образовательный блок	
Что будет?	Комментарий
Модель постсоветского города. Анализ городской среды.	Чтобы начать работать с постсоветским городом, нужно понять, как он сегодня устроен. Это вы узнаете из вводной лекции, которую проведёт Святослав Мурунов.
Мозговой штурм «Целеполагание субъектов»	Если мы выясним реальные цели субъектов, присутствующих на семинаре, то сможем понять, как их достичь с помощью портфеля брендов. Это как минимум позволит участникам встречи использовать бренд города в своих интересах. Может ли брендинг решать вопросы развития территории? А если может, то что и кому необходимо сделать для этого?
Проектная работа	
Экспресс-анализ городских сценариев.	Чем больше сценариев, тем интереснее город, как для местных жителей, так и для туристов. Что из себя сегодня представляет Комсомольск, какой есть потенциал, какие скрытые ресурсы? Всё это выясним в формате модерлируемого диалога с участниками встречи, а затем составим карту городских сценариев.
Река времени, картирование культурных кодов. Социальное проектирование.	Пересборка культурного слоя, в том числе через рефлексию всего предыдущего опыта, что в советское время не было сделано. Без переосмысления предыдущих этапов в жизни каждого человека, общества и жизни городов выйти на проектирование будущего

	практически невозможно. Эта работа позволяет в дальнейшем монетизировать идентичность.
Формирование «Портфеля брендов»	В портфель могут входить действующие городские предприятия и бизнесы, локальные марки, персональные бренды руководителей, культурные события, фестивали активистов и креативного бизнеса, исторические артефакты, легенды, природные и географические особенности. Каждый выступает важным элементом сложной мозаики.
Формирование рабочей группы	Грамотное управление символическим капиталом территории даёт мощнейший синергетический эффект. Это сохраняет и подчёркивает уникальность города за счёт синтеза. Локальные бренды можно объединять в разные комбинации и на выходе получать совершенно новый уникальный продукт.
Рефлексия и дальнейшие планы	Обратная связь и выводы от участников семинара. Планирование следующих шагов по перезапуску Комсомольска-на-Амуре и работе по созданию портфеля брендов.

Важно! Программа будет настраиваться в течение проектно-практического семинара, поэтому будьте готовы к ИЗМЕНЕНИЯМ.

Я не смогу прийти, но хочу оперативно узнавать, что там у вас происходит

Мы очень постараемся сделать онлайн-трансляцию проектного семинара — текстовую и видео. Следите за нашими сообщениями в социальных сетях. Там же будут появляться последние новости. И, конечно, вы можете оставлять свои комментарии. Вот адреса наших страниц, обязательно подписывайтесь.

[facebook.com/komsomolnastroi](https://www.facebook.com/komsomolnastroi)

vk.com/komsomolnastroi

Я внимательно всё прочитал, но так и не понял о чём вы

Мы не придумываем какой-то новый образ для бренда. Для начала необходимо выявить и упаковать те смыслы и ценности, которые уже есть у горожан. Поэтому мы тщательно изучаем город, его историю, культуру, целеполагание жителей, конкурентные преимущества. Только поняв содержание, можно приступить к работе над формой и упаковкой.

Это ваш город, комсомольчане, и только вам решать, какое его ждёт будущее. Вам необходимо понять, в какой роли вы — спящего горожанина или проактивного — того, кто любит свой город, готов его строить и развивать.