

УДК 339.1:338.012

## ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИИ

Крикливая М.Г.,  
к.э.н., доцент,  
ЧОУ ВО «ЮЖНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (ИУБиП)»  
E-mail: [management@iubip.ru](mailto:management@iubip.ru)  
Соболева Ю.С.,  
Директор МУП «Сервис центр г. Ростов-на-Дону»  
E-mail: [yuliyagorod@yandex.ru](mailto:yuliyagorod@yandex.ru)

Аннотация: Рассматриваются проблемы территориального маркетинга, основные задачи территориального маркетинга в цифровом пространстве, цифровые технологии как инструмент реализации стратегических целей на региональном уровне.

Ключевые слова: территориальный маркетинг, цифровой маркетинг, цифровое пространство, цифровая трансформация, имидж.

## TRANSFORMATION OF MARKETING ACTIVITY OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION IN TERMS OF DIGITALIZATION

Kriklivaya M.G.  
Soboleva Yu.S.

Abstract: The problems of territorial marketing, the main tasks of territorial marketing in the digital space, digital technologies as a tool for implementing strategic goals at the regional level are considered.

Keywords: territorial marketing, digital marketing, digital space, digital transformation, image.

Маркетинг территорий – это деятельность, связанная с разработкой комплекса мероприятий по повышению имиджа и конкурентоспособности территории с помощью основных маркетинговых инструментов, и технологий. Для российской экономической науки маркетинг территорий с применением цифровой составляющей является новой областью исследования.

К приоритетным направлениям разработки маркетинговой стратегии относится:

- брендинг территории;

- торговый маркетинг территории;
- управление сельскохозяйственными предприятиями;
- развитие кадров;
- развитие экономических отношений;
- инвестиционная политика.

Для определения долгосрочной перспективы развития региона (области, края) необходимо разрабатывать стратегию маркетинга территории на муниципальном уровне. Для ее разработки необходимо понимание стратегических целей и политических приоритетов, которые обозначаются органами муниципалитета, а также современные техники и технологии для реализации поставленных целей.

Одним из таких инструментов реализации стратегических целей на региональном уровне, несомненно является применение цифровых технологий.

Развитие концепции электронного правительства и оказание государственных услуг с помощью информационных технологий является одним из главных направлений в этой области. Возможности цифрового пространства в рамках территориального управления уже сейчас активно используются и, как показывает практика, это позволяет повысить эффективность и результативность на различных государственных и общественных уровнях управления.

Конкурентные преимущества маркетинга территорий с использованием digital-технологий – это основа для устойчивого социально-экономического роста региона, привлекательности территории для повышения ее имиджа.

Проблемы территориального маркетинга обозначены нами на рисунке 1.



Рисунок 1 – Проблемы территориального маркетинга

В данных обстоятельствах классические маркетинговые практики управления территориальным развитием являются неэффективными, так как современное региональное развитие требует не механического подхода, а более гибких решений. Такие гибкие решения могут быть получены в рамках цифрового территориального маркетинга.

С точки зрения развития территорий цифровой маркетинг следует рассматривать как часть маркетинговой стратегии региона, которая включает в себя новые инновационные информационные элементы и инструменты, а также особые условия реализации маркетинговых направлений, которые можно в общем назвать цифровым пространством. Основные задачи территориального маркетинга в цифровом пространстве представлены на рисунке 2.

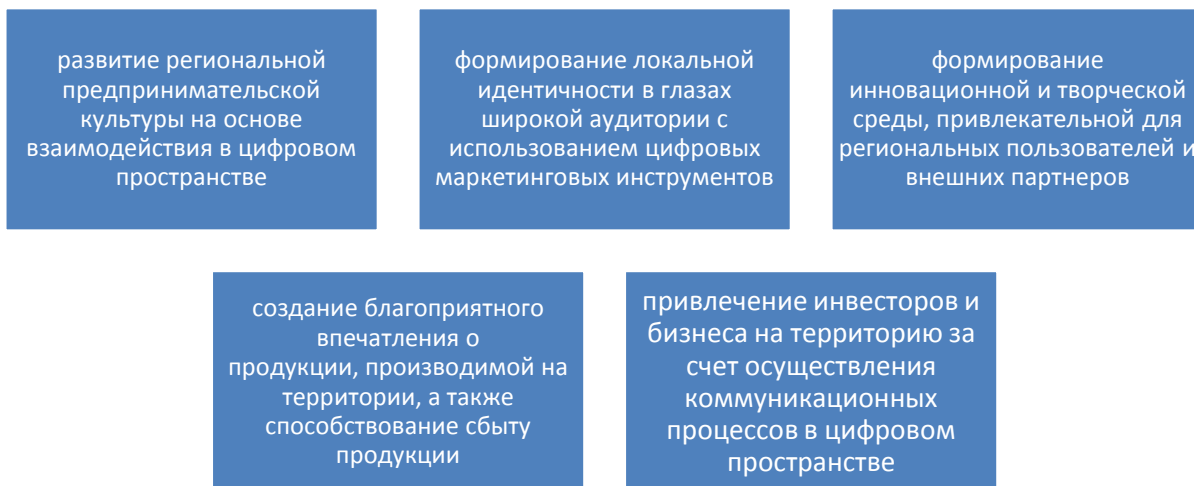


Рисунок 2 – Основные задачи территориального маркетинга в цифровом пространстве

Территориальный цифровой маркетинг выявляет уникальные свойства территории, Увязка информационных ресурсов региона с требованиями и возможностями современного цифрового рынка должна осуществляться как неотъемлемая часть всей маркетинговой стратегии территории.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. И. Акперов, И. Литвиненко. Когнитивное моделирование в развитии инновационного потенциала вуза и региона // Проблемы теории и практики управления. – 2017. – № 11. – С. 92-102.
2. Акперов И.Г. Организационно-функциональный механизм адаптивной модели экономики региона // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2015. – №1. – С. 7-15.
3. О.Ю. Кравченко, И.Г. Акперов. Информационно-коммуникационные технологии как составляющая активного управления регионом // Системные проблемы надёжности, качества, компьютерного моделирования, информационных и электронных технологий в инновационных проектах (ИННОВАТИКА – 2014): Материалы Международной конференции, Российской научной школы и Форума. – 2014. – С. 164-165.
4. Акперов И.Г. Проблемы и перспективы управления социально-экономическим развитием региона в условиях перехода к шестому технологическому укладу // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2014.– № 1. – С. 7-12.

