

Bydgoszcz, 30 listopada 2020 r.

*Z nadzieją, że Turystyka przetrwa kryzys,
z przekonaniem, że funkcjonowanie w nowej rzeczywistości wymaga nowych kompetencji*

zapraszamy na

Kujawsko-Pomorskie Forum Branżowe „BEZ MASKI” - konferencja online

8 grudnia 2020, wtorek, 10:00 - 15:00

W cyklu „BEZ MASKI” odsłaniamy wizerunek miejsc i regionów z kraju i zagranicy, poznając procesy zarządcze towarzyszące budowaniu marek. Dyskusja oraz czat będą okazją do konsultacji z ekspertami i dzielenia się własnymi doświadczeniami.

PROGRAM – 3 moduły:

godz. 10:00 – 12:15 - „Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi” – część 2.

godz. 12:30 – 13:50 – „Budujemy markę Pałuk” – prezentacja założeń strategii, podsumowanie projektu

godz. 14:00 – 14:30 – Marka Szlaku Piastowskiego, jako element budowania marki regionu

Współpracujemy z najlepszymi!

dr hab. Magdalena Florek, prof. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu specjalizuje się w marketingu miejsc i zarządzaniu marką. Jest współzałożycielką i członkiem zarządu: International Place Branding Association z siedzibą w Holandii; Fundacji Best Place – Europejskiego Instytutu Marketingu Miejsc. Pełni funkcję Senior Fellow w Institute of Place Management z siedzibą w Wielkiej Brytanii. Jest konsultantką i współautorką wielu strategii marek, promocji polskich miast i regionów. Zasiada w Radzie Programowej międzynarodowych czasopism, m.in. Place Branding and Public Diplomacy, Journal of Destination Marketing and Management.

Hubert Gonera – stworzył agencję „Landbrand”, działającą od kilkunastu lat w sferze turystyki, marki i kulinariów. Współtworzył pierwsze w Polsce strategie rozwoju turystyki, szlaki kulinarne, wdrażał sieciowe działania promujące turystykę i gastronomię. Jego autorskie pomysły to m. in. Noc Restauracji, Kulinaryny Poznań, Kolej na Wielkopolskie Smaki, Nowe Muzeum. Jest jednym z fundatorów Tasting Poland – Fundacji promocji polskiej kultury, gospodarki, kuchni i turystyki. Tworzył m.in. politykę turystyczną Miasta Stołecznego Warszawy, strategię rozwoju turystyki dla Lublina oraz programy rozwoju turystyki dla kilku województw.



Agencja LOCATIVO zaprezentuje efekty projektu „Budujemy markę Pałuk”

Adam Kałucki – dyrektor strategiczny, prezes agencji Locativo, strateg marketingowy, trener, konsultant specjalizujący się w marketingu terytorialnym i turystyce kulturowej. Współautor m.in. koncepcji Trasy Górniczej w Kopalni Soli Wieliczka, Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego i podręcznika interpretacji dziedzictwa „Lokalne muzeum w globalnym świecie”. Autor projektów nagrodzonych przez Welcome Festiwal, Tourism Trends Awards oraz Europejską Sieć Turystyki Kulturowej.

Piotr Idziak – socjolog i antropolog kultury, trener interpretacji dziedzictwa i facylitator strategii rozwoju organizacji. Autor scenariuszy szlaków kulturowych, ścieżek dziedzictwa i wystaw muzealnych. Tworzy gry szkoleniowe i edukacyjne dla dużych grup. Pracownik agencji Locativo oraz Małopolskiego Instytutu Kultury w Krakowie. Aktor Teatru Figur Kraków, animator teatru cieni. Miłośnik górskich wędrówek i jazdy na jednym kole.

Agencja 2ba przedstawi koncepcję strategii komunikacji dla Szlaku Piastowskiego (projekt CULT-CREATE)

Agnieszka Nowak - specjalizuje się w marce miast i regionów. Doradca w pozyskiwaniu środków UE na marketing miejsc, w tym rozwój marki. Autorka i współautorka publikacji z zakresu marki miast i regionów oraz funduszy europejskich. Asesor, ekspert Urzędu Marszałkowskiego Woj. Dolnośląskiego akredytowany przy Dolnośląskim Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Wałbrzychu w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki - Rozwój zasobów ludzkich w obszarach wiejskich. Adaptacyjność pracowników i przedsiębiorstw.

Leszek Nowak - ponad 20 lat zajmuje się pomocą w rozwoju instytucji samorządowych - samorządzie gminnym i powiatowym. Absolwent Uniwersytetu Wrocławskiego, był dyrektorem zarządu Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej; przewodnik turystyczny, nauczyciel, redaktor techniczny lokalnych gazet, fotograf.

