

# Продвижение территориального бренда села Териберка

Работу выполнили: Шиганова Арина, Горшкова  
Анастасия, студентки Государственного университета  
управления, Институт маркетинга

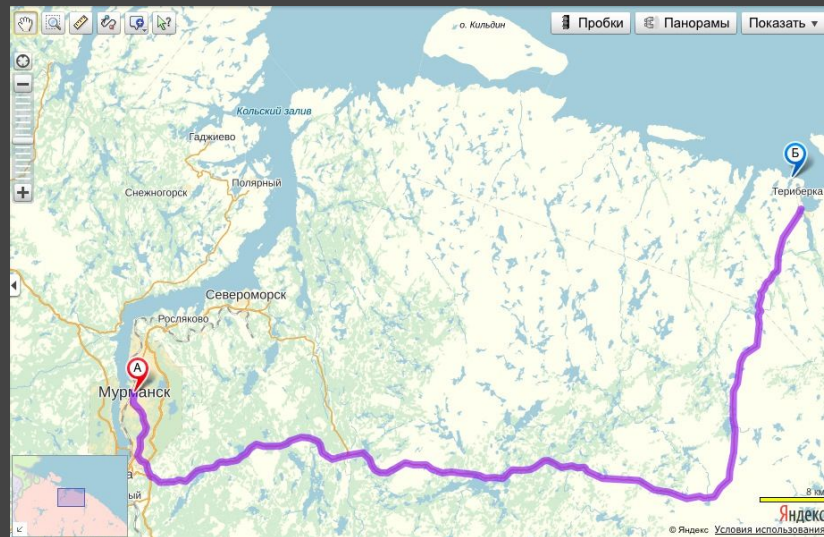


Териберка – уникальное село на побережье Баренцева моря, которое стало широко известным благодаря фильму *Левиафан* и растущему потоку туристов. Однако отсутствие развитой инфраструктуры, негативное отношение местных жителей к туристам и экологические проблемы препятствуют дальнейшему развитию территории. Чтобы сделать Териберку более привлекательной для туристов, местных жителей и инвесторов, необходимо разработать стратегию брендинга, которая поможет сохранить самобытность села и одновременно повысит его экономический и туристический потенциал.



# География

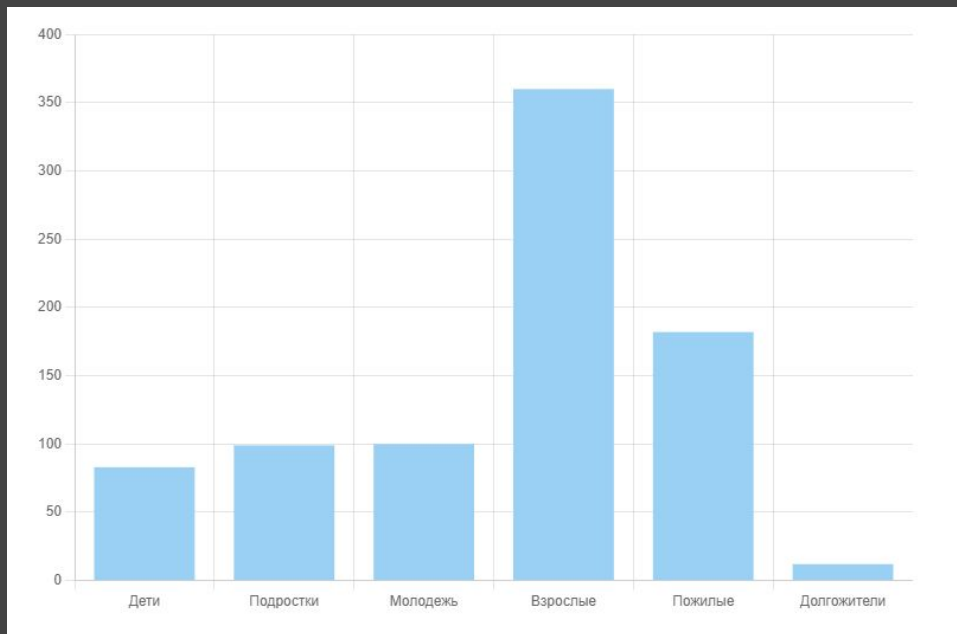
Село Териберка расположено в Мурманской области, в 120 км от Мурманска. Это единственный населённый пункт в европейской части России, куда можно добраться по автодороге, чтобы увидеть открытое Баренцево море и Северный Ледовитый океан.



# Демография

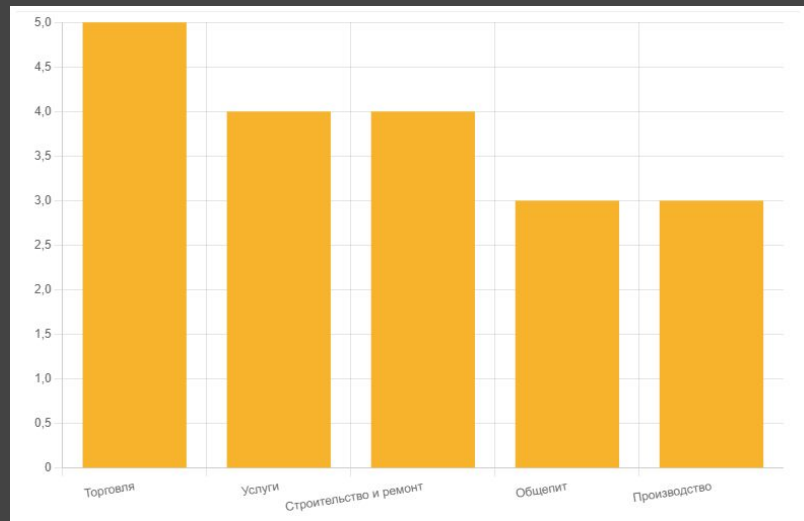
На 1 сентября 2024 года численность населения Териберки составляет 837 человек, из которых 56,88% — женщины и 43,12% — мужчины. В селе проживает значительное количество пожилых людей, 182 человека старше 60 лет, включая 12 долгожителей старше 80 лет. Примерно 7,97% жителей имеют инвалидность, из которых 8 человек имеют инвалидность 1-й группы.

Молодежь (18-29 лет) составляет 100 человек, а дети до 6 лет — 83 человека, что подчеркивает наличие молодой аудитории среди жителей.



# Экономическая ситуация

Териберка имеет 28 коммерческих компаний, включая три крупных предприятия с численностью от 250 сотрудников и пять средних (от 100 до 250 работников). Местная экономика ориентирована на торговлю, строительство, ресторанный бизнес и переработку. В селе также активно развиваются малые и микро-компании, обслуживающие местных жителей и туристов. Средняя заработная плата в Териберке составляет 30-35 тыс. рублей в месяц. Туризм является важным сектором экономики, способствующим росту малого бизнеса.



# Проблемы

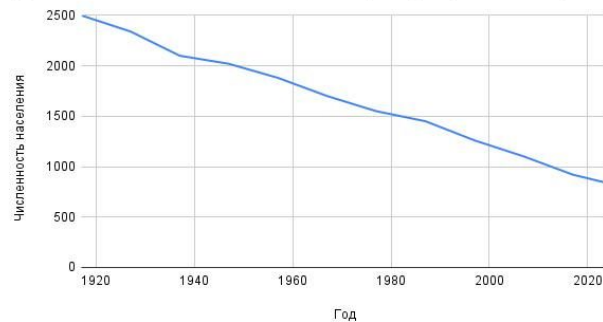
1

## Демографический кризис и отток населения

Численность жителей Териберки постоянно сокращается: на 2024 год в селе проживает всего 837 человек, при этом молодёжь уезжает в крупные города из-за нехватки рабочих мест и слабого уровня инфраструктуры.



Динамика численности населения Териберки (1917-2024)



2

## Экологические проблемы

Массовый неконтролируемый туризм приводит к загрязнению побережья пластиком и деградации природных ландшафтов, что угрожает редким видам флоры и фауны, включая краснокнижные растения.



# Проблемы

3

## Плохая транспортная доступность

Село находится в 120 км от Мурманска, и последние 40 км дороги представляют собой грунтовый участок, который зимой регулярно заметает снегом, что затрудняет передвижение и снабжение жителей.



4

## Неразвитая инфраструктура и социальные условия

В Териберке ограниченный доступ к качественным медицинским и образовательным услугам, отсутствуют культурные и досуговые пространства, что снижает уровень жизни и мотивацию жителей оставаться в селе.





## Цели рекламной кампании

1

Увеличение туристического потока на 10% к августу 2025 года, через продвижение нового позиционирования Териберки по всей России с использованием традиционных СМИ и digital-инструментов.

2

Снижение оттока местных жителей на 10% к августу 2025 года, путем улучшения инфраструктуры и повышения уровня жизни.



# Концепция продвижения

В рамках концепции развития мы планируем:

- **Развитие возобновляемой энергетики** – строительство ветровых и приливных электростанций, использование энергии арктических ветров и воды.
- **Создание новых рабочих мест** – привлечение инвесторов, развитие туризма, экологических стартапов и технологических компаний.
- **Улучшение социальной инфраструктуры** – строительство современных образовательных и медицинских учреждений, энергосберегающего жилья и общественных пространств.
- **Сохранение традиций и ремесел** – поддержка рыболовства, арктических промыслов и их интеграция с современными бизнес-моделями.



# Логотип и колористика



## Логотип

отражение духа Териберки

В основе логотипа – маяк, взятый из исторического герба города. Он символизирует надежность, ориентир и свет будущего, соединяя традиции и развитие.

## Цвета логотипа

- Синий (основной) – стабильность, сила, море, северный характер.
- Красный – энергия, традиции, страсть к развитию.
- Желтый – свет, тепло, инновации.
- Серый – экологичность, гармония с природой.

## Шрифт

PT Serif подчеркивает баланс между историей и современностью.



# Целевая аудитория

1

**Туристы** – российские и зарубежные путешественники, заинтересованные в уникальном северном туризме, экологии и экстремальных видах отдыха;

2

**Местные жители** – нынешние и потенциальные жители Териберки, для которых важно повышение качества жизни, создание рабочих мест и развитие инфраструктуры;

3

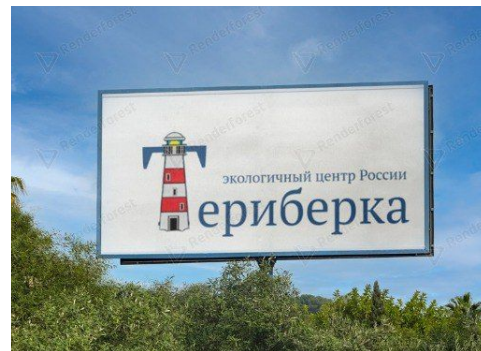
**Инвесторы** – предприниматели и бизнесмены, заинтересованные в развитии туризма, экологических и технологических проектов.



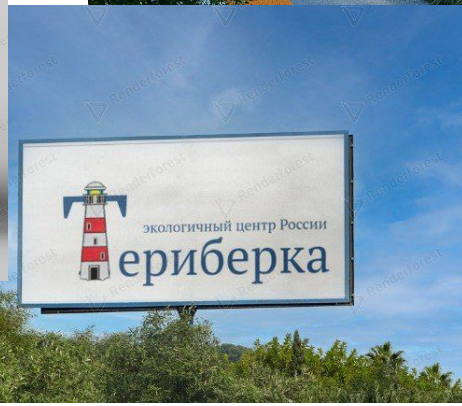
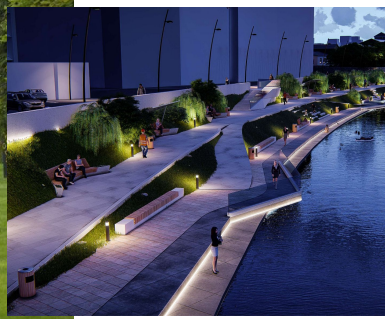
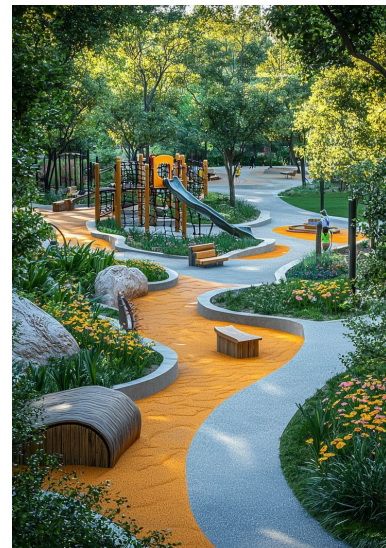


## Основные каналы продвижения

- Цифровые СМИ – публикации в российских и международных медиа;
- Социальные сети – таргетированная реклама, коллаборации с блогерами, контент в Telegram, VK;
- Наружная реклама – билборды в крупных городах, брендирование транспорта;
- Сувенирная продукция – мерч с символикой Териберки для туристов.



# Визуализация концепции



# Авторами разработан пилотный проект

Предварительный срок проведения: 3 месяца

Предварительный бюджет: 3 000 000 рублей

Подробное описание  
концепции



Риски рекламного проекта и  
меры реагирования на них



Распределение работ по  
времени



**Спасибо!**

