

## АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.03 «Брендинг территории»

**Объем трудоемкости:** 2 зачетных единицы (72 часа, из них – 50,2 контактных часов: лекционных 16 ч., практических 16 ч., лабораторных 16 ч.; 21,8 часов самостоятельной работы; 2 часа КСР; 0,2 часа ИКР).

**Цель освоения дисциплины** – получение знаний в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе.

### **Задачи дисциплины:**

- раскрытие основных понятий брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
- понимание предпосылок возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов;
- формирование представления об условиях возникновения бренда города;
- изучение технологии позиционирования города;
- овладение навыками разработки территориальных брендов;
- развитие интеллектуальных способностей и способностей к логическому и творческому мышлению.

### **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.**

Дисциплина «Брендинг территории» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина «Брендинг территории» относится к дисциплинам по выбору. Для полного усвоения данной дисциплины студенты должны знать следующие дисциплины: «Маркетинговые стратегии территорий» или «Стратегическое управление» «Территориальное планирование хозяйства», «Методы и модели управления».

Знания по дисциплине «Брендинг территории» необходимы студентам данного направления для усвоения знаний по следующим дисциплинам: «Конкурентоспособность территории», «Социальное проектирование».

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *обще*профессиональных *х/*профессиональных компетенций (ОПК/ПК)

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                      | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                 |                                                                               |                                                                        |
|--------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                            | знать                                                                       | уметь                                                                         | владеть                                                                |
| 1.     | ОПК4               | умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | сущность и технологии разработки социально-экономических проектов (программ | разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать | способность ю разрабатывать социально-экономические проекты (программы |

|    |      |                                                                                     |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                 |
|----|------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |      |                                                                                     | развития),<br>оценки<br>экономических<br>, социальных,<br>политических<br>условий и<br>последствий<br>реализации<br>государствен-<br>ных<br>(муниципальны<br>х) программ | экономические,<br>социальные,<br>политические<br>условия и<br>последствия<br>реализации<br>государствен-<br>ных<br>(муниципальных<br>) программ                                           | развития),<br>оценивать<br>экономически<br>е,<br>социальные,<br>политические<br>условия и<br>последствия<br>реализации<br>государствен<br>ных<br>(муниципаль<br>ных)<br>программ                                |
| 2. | ОПК5 | умением проводить<br>под контролем<br>коммуникационные<br>кампании и<br>мероприятия | параметры<br>качества<br>управленческих<br>решений и<br>осуществления<br>административ<br>ных процессов                                                                  | определять<br>параметры<br>качества<br>управленческих<br>решений и<br>осуществления<br>административн<br>ых процессов,<br>выявлять<br>отклонения и<br>принимать<br>корректирующие<br>меры | навыками<br>определения<br>параметров<br>качества<br>управленческ<br>их решений и<br>осуществлени<br>я<br>администрати<br>вных<br>процессов,<br>выявления<br>отклонения и<br>принятия<br>корректирую<br>щих мер |
| 3. | ПК5  | способностью<br>реализовывать<br>проекты и владением<br>методами их<br>реализации   | методы оценки<br>соотношения<br>планируемого<br>результата и<br>затрачиваемых<br>ресурсов                                                                                | оценивать<br>соотношение<br>планируемого<br>результата и<br>затрачиваемых<br>ресурсов                                                                                                     | навыками<br>оценки<br>соотношения<br>планируемого<br>результата и<br>затрачиваемы<br>х ресурсов                                                                                                                 |
| 4. | ПК10 | способностью<br>организовывать и<br>проводить<br>социологические<br>исследования    | методы<br>проведения<br>социсследован<br>ий                                                                                                                              | оценивать<br>планируемый<br>результат                                                                                                                                                     | навыками<br>оценки<br>планируемого<br>результата                                                                                                                                                                |

**Основные разделы дисциплины:**

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (для студентов ОФО)

| №  | Наименование разделов (тем)                                             | Количество часов |                   |    |    | Внеаудиторная работа |
|----|-------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
|    |                                                                         | Всего            | Аудиторная работа |    |    |                      |
|    |                                                                         |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |                      |
| 1  | 2                                                                       | 3                | 4                 | 5  | 6  | 7                    |
| 1. | Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий.              | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 2. | История возникновения брендинга территорий.                             | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 3. | Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий.                | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |
| 4. | Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города. | 9                | 2                 | 2  | 2  | 3                    |

|    |                                                                                                 |     |    |    |    |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|----|------|
| 5. | Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда. | 9   | 2  | 2  | 2  | 3    |
| 6. | Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде.                    | 8   | 2  | 2  | 2  | 2    |
| 7. | Инновационные инструменты развития бренда города.                                               | 8   | 2  | 2  | 2  | 2    |
| 8. | Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов. <i>Итоговое занятие</i>             | 8,8 | 2  | 2  | 2  | 2,8  |
|    | <i>Итого по дисциплине:</i>                                                                     |     | 16 | 16 | 16 | 21,8 |
|    |                                                                                                 |     |    |    |    |      |

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет*

**Основная литература:**

1. Годин, А.М. Брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 184 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56182>
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68866>
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56212>

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О., преподаватель Е.В. Тарасенко