Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.09 Брендинг территории»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы
Цель дисциплины: формирование у студентов системных знаний и умений использования инструментов и технологий управленческой деятельности в области брендинга территории в целях реализации профессиональных задач.
Задачи дисциплины: формирование системных знаний в области диагностики, анализа социально-экономических, социально-политических и социокультурных проблем территорий с позиции маркетингового подхода; ознакомление с лучшими российскими и зарубежными практиками территориального маркетинга; формирование умений диагностики, анализа социально-экономических, политических и социокультурных проблем при принятии и реализации управленческих решений в территориальном маркетинге; формирование системных знаний методов и технологий принятия и реализации управленческих решений в управлении брендом территории; формирование умений выбора и применения инструментов и технологий управленческой деятельности в управлении брендом территории.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брендинг территории» относится к *части, формируемой участниками образовательных отношений* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Для изучения дисциплины «Брендинг территории» студент должен обладать знаниями по дисциплинам: «Теория и механизмы современного государственного управления», «Система государственного и муниципального управления».

Знания, полученные студентами при изучении дисциплины «Брендинг территории», являются основой для изучения дисциплин «Управление в социальных и экономических системах», «Развитие делового климата территории и инвестиционное обеспечение регионального развития», «Инвестиционный климат: индикаторы измерения».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине *(знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))*
ПКС-2 Способен обосновывать применение инструментов и технологий управленческой деятельности в различных сферах публичного управления и использовать их для реализации профессиональных задач.	
ИПКС-2.1 Использует методы диагностики, анализа и решения социально-экономических, социально-политических и социокультурных проблем общества при принятии и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности	Знает методы диагностики, анализа социально-экономических, социально-политических и социокультурных проблем общества
	Умеет использовать методы диагностики, анализа социально-экономических, политических и социокультурных проблем при принятии и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности
ИПКС-2.2 Обосновывает использование конкретных инструментов и технологий при принятии и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности	Знает методы и технологии принятия и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности
	Умеет обосновать выбор использования конкретного инструмента или конкретной технологии при принятии и реализации управленческих решений в профессиональной деятельности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине *(знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))*
ИПКС-2.3 Использует инструменты и технологии управленческой деятельности (аналитические, информационно-коммуникативные, правовые, финансовые, экономические, кадровые, PR и GR) в различных сферах публичного управления для реализации профессиональных задач.	Умеет использовать инструменты и технологии управленческой деятельности (аналитические, информационно-коммуникативные, правовые, финансовые, экономические, кадровые, PR и GR) в различных сферах публичного управления для реализации профессиональных задач.

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1.	Концептуальные основы территориального маркетинга	34	2	2	-	30
2.	Современные инструменты территориального маркетинга					
3.	Российский и зарубежный опыт территориального маркетинга.	34	2	2	-	30
4.	Экономическая политика и способы ее применения в области брендинга территорий. Теоретические основы брендирования					
5.	Формирование бренда муниципального образования. Выбор и использование инструментов экономической политики в области брендинга территорий	36	2	2	-	32
6.	Инструменты формирования бренда города в интернет-пространстве					
	ИТОГО по разделам дисциплины	104	6	6	-	92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: *не предусмотрена*
Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор: Мясникова Т.А., д-р эконом. наук, доцент, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления