

## Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна  
Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 22.09.2023 12:03:38

Университетский программный ключ:  
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

**рабочей программы учебной дисциплины "Б1.В.ДВ.03.01 Брендинг территории"**  
**направления подготовки бакалавров "42.03.01 Реклама и связи с общественностью"**  
**профиль подготовки "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"**  
**программа подготовки "бакалавр"**

### Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

**Целью** освоения дисциплины является овладение компетенциями в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить основные понятия брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
- рассмотреть предпосылки возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов;
- иметь представления об условиях возникновения бренда города;
- изучить технологии позиционирования города;
- изучить этапы разработки и продвижения территориальных брендов.

Предметом дисциплины «Брендинг территории» является маркетинговая деятельность, обеспечивающая принятие практических решений в области создания позитивного образа территории и его продвижения.

### Основные блоки и темы дисциплины

Раздел дисциплины
Маркетинг территорий: основные понятия и инструменты.
История возникновения брендинга территорий.
Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города
Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда.
Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде.
Управление процессом формирования бренда территории
Инновационные инструменты развития бренда города.
Промежуточная аттестация

### Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору и направлена на изучение технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов.

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Основы маркетинга», «Основы теории коммуникации», «Экономика», «Инновационные технологии в рекламе»

«Организация продвижения продукции», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Поведение потребителей» и др.

Дисциплина «Брендинг территории» является предшествующей для следующих



**В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими компетенциями:**

<b>ПКУВ-1:</b> Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
<b>ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации</b>		
технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития
<b>ПКУВ-1:</b> Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
<b>ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью</b>		
способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;	Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.	навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью;
<b>ПКУВ-1:</b> Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах		
<b>ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</b>		
правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
<b>УК-2:</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		
<b>УК-2.1 Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение в соответствии с действующим законодательством</b>		
- понятия государства, права, нормы права; основы конституционного строя России; основы гражданского, трудового, административного, уголовного, экологического и семейного права; содержание правового статуса человека и гражданина, способы осуществления и защиты гражданами своих прав и свобод.- основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач.	- работать с нормативными и правовыми документами, критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков;- определять круг задач в рамках профессиональной деятельности.	- навыками использования нормативных и правовых документов; способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права- методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений
<b>УК-2:</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		
<b>УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений исходя из действующих правовых норм</b>		
- основные понятия и категории права, ориентироваться в системе законодательства для реализации различных правовых документов по проектированию, конструированию, производству и сопровождению	- воспринимать и обобщать информацию, а также юридические факты и возникающие в связи с ними правовые отношения- соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в	- навыками поиска требуемой правовой информации и подготовки базовых документов правового характера- навыками применения современного инструментария для решения экономических задач



объектов профессиональной деятельности- необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	профессиональной деятельности.	
<b>УК-2:</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		
<b>УК-2.3 Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время</b>		
основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач	определять круг задач в рамках профессиональной деятельности	навыками применения современного инструментария для решения экономических задач
<b>УК-2:</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		
<b>УК-2.4 Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта</b>		
необходимые для осуществления профессиональной деятельности системные знания в области экономики.	проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; определять круг задач в рамках профессиональной деятельности; - планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов.	методикой построения, анализа и применения моделей для оценки состояния и прогноза развития экономических процессов, и явлений.

Дисциплина "Брендинг территории" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

**Общая трудоёмкость дисциплины** составляет 144 часа, 4 зачетные единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** Экзамен.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 25.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

