

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Исакович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 10.06.2026 15:39:43

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления
д-р экон. наук, профессор
Л.И. Ушвицкий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг и брендинг территорий

Направление подготовки	38.04.04 Государственное и муниципальное управление,
Направленность (профиль)	Государственное управление
Форма обучения	заочная
Год начала обучения	2026
Реализуется в семестре	1,2

Разработано

Профессор _____ кафедры
государственного, муниципального
управления и экономики труда, д.э.н.
В.А. Фурсов

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Маркетинг и брендинг территорий» является формирование набора профессиональных (ПК-6) компетенций будущего магистра по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление.

Задачи освоения дисциплины следующие:

- приобретение знаний, умений и навыков по обеспечению регионального управления посредством методологии и инструментария маркетинга и брендинга территории;
- изучение положений, раскрывающих использование методологии маркетинга и брендинга территории в управлении регионом;
- формирование стратегических решений, как позиционирование территории и маркетинговых коммуникаций как важнейшей основы продвижения территорий;
- получение практических навыков применения маркетинговых инструментов с целью повышения эффективности управления территориями.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг и брендинг территорий» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.01.03).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-6. Способен реализовывать и контролировать внедрение маркетинговых концепций социально-экономического развития территории и реализовывать их с использованием информационных и коммуникативных технологий	ИД-1 ПК-6. Реализует и контролирует внедрение маркетинговых концепций социально-экономического развития территории	Организует внедрение маркетинговых концепций социально-экономического развития территории
	ИД-2 ПК-6. Реализует мероприятия по продвижению территории с использованием информационных и коммуникативных технологий	Проводит мероприятия по продвижению территории с использованием информационных и коммуникативных технологий

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е. 144 акад.ч.	ЗФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	4
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	6
Самостоятельная работа	134
Формы контроля	
Экзамен	9
Зачет	-
Зачет с оценкой	
Курсовая работа	нет

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	заочная форма				Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Теоретико-методологические основы маркетинга и брендинга территории 1. Теоретико-методологические аспекты маркетинга и брендинга территории 2. Экономические аспекты взаимодействия бизнеса и органов власти в рамках маркетинга территорий 3. Социальные аспекты взаимодействия бизнеса и органов власти в рамках территориального маркетинга 4. Методы маркетинга и брендинга территории	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6	2	0		14	Собеседование
2	Ресурсный потенциал территории как объекта маркетинговой деятельности 1. Материально-техническое оснащение территории 2. Нематериальные ресурсы территории 3. Инфраструктура территории 4. Природные ресурсы территории	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6				14	Собеседование
3	Маркетинговый анализ территории 1. Методы и инструменты маркетингового анализа территории 2. Анализ и оценка конкурентных преимуществ и конкурентоспособности территории 3. Индикаторы состояния и тенденций развития территории 4. Методология установления рейтинга территории	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6		2		14	Собеседование

	ИТОГО за 1 семестр		2	2		44	
4	Стратегический маркетинг территории 1. Методы развития территорий 2. Конкурентные стратегии территории 3. Функциональные стратегии территории 4. Стратегии улучшения территорий	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6		2		14	Тест
5	Управление брендингом территории 1. Понятие бренда и брендинга территории 2. Архитектура территориального бренда 3. Подходы к формированию и развитию бренда территории 4. Аудит бренда территории	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6	2			14	Собеседование
6	Управление имиджем территории 1. Понятие и виды территориального имиджа 2. Факторы, влияющие на формирование имиджа территории 3. Представления, формирующие имидж территории 4. Современные технологии формирования имиджа территории	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6				14	Собеседование
7	Организация продвижения территориальных продуктов и ресурсов 1. Маркетинговые инструменты продвижения территории 2. Интернет-маркетинг в продвижения территориальных продуктов и ресурсов 3. Региональные порталы и их маркетинговая характеристика 4. Проведение ивент-мероприятий для продвижения территорий и их разновидности	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6		2		14	Тест
8	Маркетинговый подход к доходам территорий 1. Инвестиционный маркетинг как концепция управления территорией 2. Разработка и реализация Программы развития туризма на территории 3. Особые экономические зоны и территории опережающего развития кластерная концепция развития территории 4. Цифровизация и креативность российских территорий	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6				14	Тест
9	Управление процессом маркетинга и брендинга территорий 1. Методы маркетинга территорий	ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6				14	Тест

	2. Методы развития территорий 3. Бренд и социальная реклама как инструмент маркетинга территории 4. Оценка маркетинговой деятельности в публичном управлении						
	Контроль (экзамен)					9	
	ИТОГО за 2 семестр		2	4		90	
	ИТОГО		4	6		134	

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов их достижения. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения.

ФОС включает в себя:

- описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, шкал оценивания;
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, которые включаются в методические указания.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения:

- дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел;
- лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов;
- практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.
- самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы;
- для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Маркетинг территорий: учебник для вузов / А.А. Угрюмова [и др.]; под общ. ред. А.А. Угрюмовой, М.В. Савельевой, Е.В. Ерохиной. - 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 451 с.
2. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О.Н. Жильцова [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 268 с.
3. Логунцова, И.В. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / И.В. Логунцова, И.В. Малькова. - 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 160 с.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Алешникова, В.И. Введение в маркетинг территорий: учебное пособие / В.И. Алешникова. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 272 с.
2. Блашенков, В.С. Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России / В.С. Блашенкова. – М.: Литрес, 2021. – 320 с.
3. Грошев, И.В. Маркетинг территорий: учебник для вузов / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев, Н.А. Волобуев. – Санкт-Петербург: Питер, 2024. – 384 с.
4. Вязинская-Лысова, Н.А. Маркетинг территорий: учебник / Н.А. Вязинская-Лысова. – Москва: Проспект, 2023. – 168 с.
5. Кирьянова, Л.Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: учебное пособие для вузов / Л.Г. Кирьянова. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 231 с.
6. Князева, И.В. Маркетинг и брендинг территорий: учебное пособие / И.В. Князева, И.В. Бондаренко. – Москва: Дело РАНХиГС, 2021. – 196 с.
7. Королева, О.В. Брендинг туристских территорий: учебное пособие для вузов / О.В. Королева, Е.С. Милинчук. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 273 с.
8. Кулибанова, В.В. Бренд города, района, территории: успешные практики и рекомендации / В.В. Кулибанова. – Санкт-Петербург: Питер, 2024. – 192 с.
9. Сачук, Т.В. Территориальный маркетинг: теория и практика: учебник / Т.В. Сачук. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2024. – 561 с.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Маркетинг и брендинг территорий» для студентов направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»: [электронный ресурс]
2. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работе по дисциплине «Маркетинг и брендинг территорий» для студентов направления подготовки 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»: [электронный ресурс]

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.marketing.spb.ru/> – Энциклопедия маркетинга
2. <http://www.akm.ru/> – Сайт Информационного агентства АК&М
3. <http://www.raexpert.ru/> – Сайт рейтингового агентства «Эксперт РА»
4. <http://navigator.economicus.ru/> – Навигатор по экономическим ресурсам Интернет
5. <http://catalog.ncstu.ru/catalog> – Официальный сайт библиотеки ФГАОУ ВО СКФУ

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При реализации дисциплины используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов.

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1. <http://www.consultant.ru> – Справочно-правовая система КонсультантПлюс
2. <http://www.garant.ru/> – Справочно-правовая система Гарант
3. <https://www.rosstat.gov.ru> – Профессиональная база данных Росстата

Программное обеспечение:

1. Альт Рабочая станция 10
2. Альт Рабочая станция К

3. Альт «Сервер»
4. Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

-письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

-по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием

ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС Линк, Яндекс Телемост), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.