Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колесникова Марина Евгеньевна
Должность: директор Гуманитарного института
Дата подписания: 31.05.2023 16:12:26
Уникальный программный ключ:
f2fdf4a0434108b2989d154129dbde65f78623d5

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	**Контент-туризм в системе брендинга территории**
Содержание дисциплины	Понятие имиджа территории. Понятие маркетинга территории. Понятия бренда и брендинга территории. Основные этапы брендинга территории. Идентичность как элемент технологии брендинга территории. Понятие идентичности. Управление культурными ресурсами территории. Оценка привлекательности территории. Целевые аудитории. Восприятие территории (облако ассоциаций). Методики оценки привлекательности территории. Информационное сопровождение территориального брендинга. Планирование информационной кампании. Возможности «новых медиа» в информационном сопровождении имиджевых кампании. Значение связей с общественностью в продвижении позитивного имиджа региона. Управление брендом территории. Ребрендинг, причины и задачи ребрендинга. Этапы ребрендинга. Примеры ребрендинга в России. Бренд города. Понятие и структура бренда города. Позиционирование города. Выращивание бренда в городской среде. Курортный (туристический) брендинг. Лучшие мировые практики брендинга территории. Брендинг территории: опыт российской практики. Популярность брендинга территории в России.
Результаты освоения дисциплины	Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Формы отчетности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : / П. Е. Родькин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 94 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597418 (дата обращения: 16.02.2023). – Библиогр.: с. 88-89. – ISBN 978-5-4499-1291-6. 2. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520478 (дата обращения: 16.02.2023). 3. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И.

	Терентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2018. – 256 с. : ил., портр. – (Авторский учебник). – Библиогр.: с. 253-254 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-534-05503-0
Дополнительная литература	1. Годин, А.М. Брендинг / А.М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02629-4. 2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-00792-7. 3. Чумиков, А. Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник научных трудов / А. Н. Чумиков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 107 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635 (дата обращения: 16.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6019-5 4. Иванов А.А. Брендинг : Учебное пособие. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. 74 с. 5. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/99365.html (дата обращения: 16.02.2023).

.