Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 19.06.2024 10:58:16
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872c79a746e849dcb1abc6ab7a

# Аннотация к рабочей программе дисциплины

| | |
|---|---|
| Наименование дисциплины (модуля) | **Проектный практикум по территориальному брендингу** |
| Содержание дисциплины (модуля) | 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. Имиджевая политика российских регионов. Бренд Ставропольского края. |
| Результаты освоения дисциплины (модуля) | Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере |
| Трудоемкость, з.е. | 5 |
| Формы отчетности | Экзамен в 6 семестре |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** | |
| Основная литература | 1. Карпова С.В., Захаренко И.К. «Брендинг» 2-е изд., пер. и доп. – М.: «Юрайт», 2016.<br>2. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00894-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697<br>1. 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. Старов, С.А. Управление брендами / С.А. Старов ; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа менеджмента. – 2-е изд., испр. – Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2008. – 498 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php? |

| | |
|---|---|
| | page=book&id=458118 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9924-0034-2.<br>2. 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.<br>3. 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. |

.