

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт международных отношений
Высшая школа международных отношений и мировой истории



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
_____ Турилова Е.А.
"___" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Территориальный брендинг

Направление подготовки: 41.03.01 - Зарубежное регионоведение

Профиль подготовки: Афро-азиатские исследования

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. (доцент) Галиуллин М.З. (Кафедра регионоведения и цифровой гуманитаристики, Высшая школа международных отношений и мировой истории), maratscorpion@yandex.com ; доцент, к.н. (доцент) Сагитова В.Р. (Кафедра регионоведения и цифровой гуманитаристики, Высшая школа международных отношений и мировой истории), ViRSagitova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-5	Способен работать с информацией для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций, СМИ

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Знать подходы и методологию поиска, структурирования, критического анализа информации с целью обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций, СМИ

Знать принципы и методы составления обзоров, статей, отчетов для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций, СМИ

Знать методы поиска, критического анализа и синтеза информации

Должен уметь:

Уметь искать, обрабатывать и анализировать информацию в сфере региональных исследований с целью обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций, СМИ

Уметь аргументировать свою точку зрения при подготовке материалов для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций, СМИ

Уметь выбирать наиболее подходящий способ представления информации в зависимости от формы организации и вида деятельности, которая обеспечивается

Уметь пользоваться информационными ресурсами и систематизировать информацию по заданным критериям

Уметь обосновывать актуальность проблемы, которую предстоит осветить в информационно-аналитическом материале

Уметь формулировать выводы и рекомендации

Уметь реферировать, аннотировать и модифицировать тексты

Уметь определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории

Должен владеть:

Владеть навыками составления обзоров, статей, отчетов для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций, СМИ, их публичной презентации и участия в полемике

Должен демонстрировать способность и готовность:

-способен применять полученные знания в профессиональной деятельности

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.19 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 41.03.01 "Зарубежное регионоведение (Афро-азиатские исследования)" и относится к части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 3 курсе в 5, 6 семестрах.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 74 часа(ов), в том числе лекции - 36 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 2 часа(ов).

Самостоятельная работа - 61 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 5 семестре; экзамен в 6 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Теоретические основы брендинга	5	4	0	4	0	0	0	9
2.	Тема 2. Маркетинг и брендинг территорий. Бренд города	5	4	0	4	0	0	0	9
3.	Тема 3. Стратегический маркетинг территории	5	2	0	4	0	0	0	9
4.	Тема 4. Восприятие территории	5	2	0	4	0	0	0	
5.	Тема 5. Технологии формирования бренда	5	6	0	2	0	0	0	8
6.	Тема 6. Брендинг в B2B-секторе и B2C секторе	6	2	0	2	0	0	0	2
7.	Тема 7. Региональное законодательство в области инновационного развития и формирования имиджа территорий	6	2	0	2	0	0	0	2
8.	Тема 8. Общие подходы к географии в разрезе интеллектуальных прав	6	2	0	2	0	0	0	2
9.	Тема 9. Географические названия в составе средств индивидуализации в России, на международном уровне и в зарубежных странах	6	2	0	2	0	0	0	2
10.	Тема 10. Региональный бренд как узнаваемый образ региона	6	4	0	2	0	0	0	2
11.	Тема 11. Стратегия формирования портфеля охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности в регионе	6	2	0	2	0	0	0	4
12.	Тема 12. Жизненный цикл результатов интеллектуальной деятельности региона: управление регистрациями	6	2	0	2	0	0	0	4
13.	Тема 13. Инновационное развитие регионов: экономико-правовой аспект	6	0	0	2	0	0	0	4
14.	Тема 14. Тренды развития регионов, профессиональные сообщества, цифровые решения	6	2	0	2	0	0	0	4
	Итого		36	0	36	0	0	0	61

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Теоретические основы брендинга

Бизнес, маркетинг и брендинг. Традиционная и современная концепции брендинга. Соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак.

Содержание бренда как коммуникационный процесс. . Брендинг как наиболее эффективная стратегия бизнеса на высоко конкурентных рынках. Бренд-ориентированная компания: принципы построения.

Тема 2. Маркетинг и брендинг территорий. Бренд города

Сущность маркетинга и брендинга территорий. Вредные стереотипы брендинга территорий. Маркетинг территорий в России. Маркетинговые инструменты продвижения территории, рекламные кампании в СМИ.

Дополнительные идентификаторы территорий: знаки для национальных и региональных товаров. Спортивные и культурные события и мероприятия.

Государственный брендинг (национальная валюта, паспорт, транспортные и почтовые службы). Брендинг Швейцарии и США.

Факторы, формирующие бренд города. Концепция бренда города: идея бренда города, ценности бренда, дизайн бренда. Восприятие (имидж) бренда города: капитал бренда, различительная способность бренда, лояльность бренда. Разработка концепции бренда города: организация процесса.

Тема 3. Стратегический маркетинг территории

Стратегии развития территорий в маркетинге. Маркетинг имиджа. Маркетинг притягательности. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения, персонала.

Цели. Основные характеристики маркетинговых стратегий. Особенности маркетинговых стратегий при выстраивании взаимодействия с заказчиком и клиентами - участниками маркетингового процесса.

Тема 4. Восприятие территории

Структура формирования восприятия территории во вне и внутри территории: ассоциации, стереотипы, мемы. Значение культурных и исторических достопримечательностей. Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации.

Продвижение бренда. Работа с облаком ассоциаций для стран мира и регионов, (США, Франция, Россия, российские регионы).

Инструменты формирования позитивного восприятия и имиджа территорий.

Тема 5. Технологии формирования бренда

Работа с городским пространством: визуализация бренда. Работа с городской инфраструктурой: закрепление бренда. Культурная жизнь в городе: "оживление"

бренда.

Экономика событий. Туристический брендинг стран как инструмент привлечения туристов, идентификация стран в современных коммуникациях (интернет, ТВ реклама). Городской, экологический, пляжный, событийный туризм. Роль киноиндустрии в формировании бренда города.

Общественная дипломатия и социальные медиа. Оценка успешности брендинга города. Вовлечение жителей территории и формирование лояльности населения к бренду. Народные конкурсы, проблема экспертной оценки результатов конкурсов в России. Форсайт технологии.

Тема 6. Брендинг в B2B-секторе и B2C секторе

Бренд на рынках b-to-c и b-to-b, значимость бренда для различных типов рынков. Понятие B2B-сектор. Понятие B2C-сектор. Особенности брендинга в B2B-секторе. Особенности брендинга в B2C-секторе. Отличительные характеристики секторов. Построение работы с клиентами в этих секторах. Коммуникация в этих секторах.

Тема 7. Региональное законодательство в области инновационного развития и формирования имиджа территорий

Понятие инновации. Инновационное развитие. Инновационное развитие региона. Законодательные нормы в области инновационного развития региона. Формирование имиджа региона в соответствии с требованиями законодательства в области инновационного развития. Акты и подзаконные акты регионального значения, способствующие формированию бренда территории.

Тема 8. Общие подходы к географии в разрезе интеллектуальных прав

Обзор нормативных актов регионов в области инновационного развития. Стратегии инновационного развития на федеральном и региональном уровнях.

Классификация географических названий. Современные, исторические, официальные и неофициальные, полные, сокращенные наименования стран, поселений, местностей, других географических объектов. Виды объектов интеллектуальных прав, предназначенных для охраны географических названий. Сущность и содержание понятий: товарный знак, бренд. Субъекты правоотношений.

Тема 9. Географические названия в составе средств индивидуализации в России, на международном уровне и в зарубежных странах

Рекомендации по региональному брендингу Всемирной организации интеллектуальной собственности. Виды объектов интеллектуальных прав в мире, имеющих отношение к охране географических названий. Известные региональные бренды. Способы формирования географических названий. Существующие классификации географических названий.

Тема 10. Региональный бренд как узнаваемый образ региона

Отыскание узнаваемых объектов региона. Привлечение туристов. Монетизация исключительных прав на узнаваемые объекты региона через распоряжение и защиту исключительных прав. Правовое регулирование регионального брендинга. Градостроительный бренд региона. Особенности построения бренда региона с учетом архитектуры региона.

Тема 11. Стратегия формирования портфеля охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности в регионе

Успешные российские практики. Разнообразие подходов к регистрации, управлению, монетизации прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации в различных регионах, в том числе за рубежом. Оптимизация расходов путем оценки потенциальной охраноспособности. Инструменты проведения поиска.

Тема 12. Жизненный цикл результатов интеллектуальной деятельности региона: управление регистрациями

Эффективное управление портфелем зарегистрированных результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации. Этапы управления правами на результат интеллектуальной деятельности. Система параметров оценки управления интеллектуальной собственностью в разрезе регионов. Оценка интеллектуальной собственности.

Тема 13. Инновационное развитие регионов: экономико-правовой аспект

Критерии определения рейтинга регионов России по уровню инновационного развития. Стартапы, конкурсы, инвестиционные проекты, меры государственной и региональной поддержки предпринимательства и инноваций. Система измерения капитала бренда. Оценка бренда в РФ. Проекты инновационного содержания зарубежом и на территории РФ

Тема 14. Тренды развития регионов, профессиональные сообщества, цифровые решения

Формирование интеграционных ассоциаций и кластеров в целях развития инноваций. Коммуникационные инструменты воздействия на потребителей. Местные сообщества, участвующие в создании новых трендов развития региона. Кластеризация регионов. Инновационный кластер. Внутренняя среда инновационного кластера. Внешняя среда инновационного кластера.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;

- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наука о рекламе - www.advertology.ru

Профессиональное брендинговое сообщество - <https://we-branding.ru/>

Сайт территориального брендинга - <https://brand-hub.ru/blog/territorialnyy-branding-tramplin-dlya-razvitiya-regiona/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.</p> <p>Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами. Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий. В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Работа на практических занятиях. Основным методом подготовки студента к семинарскому занятию является его самостоятельная работа. Семинар - активная форма работы студентов. Участие в работе группы на семинаре способствует более прочному усвоению материалов курса, глубокому осмыслению причинно-следственных связей между отдельными явлениями, пониманию актуальности изучаемых проблем. В основе подготовки к семинару лежит работа с методическими материалами, подготовленными преподавателем и рекомендованной кафедрой учебной литературой. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинара. Самостоятельная работа позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на семинаре, выразить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме. Итогом подготовки студентов к семинарским занятиям должны быть их выступления, активное участие в дискуссиях и коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с указанной во время лекций литературой по курсу и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к практическому занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой.
зачет	Внимательно изучите список вопросов к зачету и список литературы. Чтобы облегчить процесс запоминания нужной информации, составьте конспект ответа на каждый вопрос. Большую помощь в подготовке к зачету оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время зачета, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.
экзамен	Внимательно изучите список вопросов к экзамену и список литературы. Чтобы облегчить процесс запоминания нужной информации, составьте конспект ответа на каждый вопрос. Большую помощь в подготовке к экзамену оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 41.03.01 "Зарубежное регионоведение" и профилю подготовки "Афро-азиатские исследования".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.19 Территориальный брендинг*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 41.03.01 - Зарубежное регионоведение

Профиль подготовки: Афро-азиатские исследования

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Основная литература:

1. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг: теория и практика : учебник / Т.В. Сачук. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 561 с. - (Высшее образование). - DOI 10.12737/2062425. - ISBN 978-5-16-018804-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2062425> (дата обращения: 02.07.2024). - Режим доступа: по подписке.
2. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. - 316 с. - (Высшее образование: Бакалавриат; Азбука рекламы). - DOI: <https://doi.org/10.12737/2142>. - ISBN 978-5-369-01934-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2008766> (дата обращения: 02.07.2024). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

- PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 205 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0094-3, 300 экз.
Режим доступа: [http:// https://znanium.com/read?id=328049](http://https://znanium.com/read?id=328049)
2. Годин А.М. Брендинг: учебное пособие / А.М. Годин. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и Ко', 2016. - 184 с. <https://znanium.com/read?id=90665>
 3. Региональное управление и территориальное планирование: стратегическое партнерство в системе регио-нального развития : учеб. пособие / Н.А. Каменских. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 127 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/22875. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=945898>

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.19 Территориальный брендинг*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 41.03.01 - Зарубежное регионоведение

Профиль подготовки: Афро-азиатские исследования

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.