

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Отделение социально-политических наук



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной деятельности КФУ

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Имидж города: возможности его развития

Направление подготовки: 39.04.01 - Социология

Профиль подготовки: Социальные технологии и искусственный интеллект в исследовании города

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

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): заместитель директора по научной деятельности Глебова И.С. (Директорат Института социально-философских наук и МК, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций), iglebova@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
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- основные этапы формирования имиджа города;
- основные методы анализа имиджа города;
- основные приемы и PR- технология по формированию имиджа города.

Должен уметь:

- планировать и разрабатывать PR-проекты и PR-материалы для основных технологий и осуществления мероприятий по формированию имиджа города;
- распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности мероприятия по формированию или корректировке имиджа города;

Должен владеть:

- навыками работы с командой для достижения поставленной цели по формированию или корректировке имиджа города;
- навыками критического анализа проблемных ситуаций для выработки решений по формированию имиджа;
- навыками использования системного подхода для выработки стратегий действий для формирования;
- навыками работы с командой для достижения поставленной цели.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.05.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 39.04.01 "Социология (Социальные технологии и искусственный интеллект в исследовании города)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

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 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 55 часа(ов), в том числе лекции - 18 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 53 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 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	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Самостоятельная работа
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практические занятия, всего	Практические в эл. форме	Лабораторные работы, всего	Лабораторные в эл. форме	
1.	Тема 1. Тема 1. Формирование имиджа территории предмет муниципального маркетинга	3	2	0	4	0	0	0	6
2.	Тема 2. Тема 2. Муниципальный маркетинг в системе государственного управления	3	2	0	4	0	0	0	6
3.	Тема 3. Тема 3. Сегментация рынка в муниципальном маркетинге	3	2	0	4	0	0	0	6
4.	Тема 4. Тема 4. Кластерный анализ и его возможности применения	3	2	0	4	0	0	0	6
5.	Тема 5. Тема 5. Позиционирование и дифференциация территории. Основные направления муниципального маркетинга	3	2	0	4	0	0	0	6
6.	Тема 6. Тема 6. Формирование имиджа и репутации города	3	2	0	4	0	0	0	6
7.	Тема 7. Тема 7. Стратегический менеджмент и муниципальный маркетинг	3	2	0	4	0	0	0	5
8.	Тема 8. Тема 8. Муниципальные образования и маркетинговые коммуникации	3	2	0	4	0	0	0	6
9.	Тема 9. Тема 9. Организация и управление муниципальным маркетингом	3	2	0	4	0	0	0	6
	Итого		18	0	36	0	0	0	53

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Тема 1. Формирование имиджа территории предмет муниципального маркетинга

Маркетинг территорий. Цель создания имиджа территорий. Ресурсы территории: природные, материально-технические, финансовые, трудовые и социальные. Целевые направления маркетинга территорий. Притягательность, престиж территории, места в целом. Задачи маркетинга территорий. Инициаторы: общественные организации и деятели, отдельные граждане, представители науки, органов статистики и т.п

Лицо влияния, Лицо, принимающее решение, лицо, утверждающее решение, покупатель, пользователь.

Тема 2. Тема 2. Муниципальный маркетинг в системе государственного управления

Маркетинговые стратегии: маркетинг имиджа как создание и распространение, обеспечение общественного признания положительного образа территории. Маркетинг привлекательности как повышение притягательности данной территории для человека, гуманитарных конкурентных преимуществ. Маркетинг инфраструктуры как повышение притягательности для бизнеса. Маркетинг населения, персонала как повышение притягательности территории для рабочей силы определенного профиля, специализации и квалификации, для отдельных категорий граждан. Особенности, механизмы и разновидности маркетинговых стратегий.

Тема 3. Тема 3. Сегментация рынка в муниципальном маркетинге

Определение сегмента. Сегмент рынка как группа реальных или потенциальных потребителей, которые, как ожидается, могут одинаково реагировать на выдвинутое предложение. Сегментация потребительского рынка, Сегментирование по географическому признаку. Сегментирование по демографическому признаку

Сегментирование по отношению к товару. Сегментирование по стилю потребления. Сегментирование по психографическому признаку. Сегментирование рынка организаций. Сегментирование по демографическому признаку. Сегментирование в соответствии с операционным признаком. Сегментированию по закупочному признаку. Сегментирование по ситуационному признаку. Сегментирование по личностному признаку. Межрыночная сегментация.

Тема 4. Тема 4. Кластерный анализ и его возможности применения

Кластерный анализ как один из "базовых" методов, используемый в мировой практике многомерной классификации. Возможности использования данного метода при условии неопределенности признаков сегментирования и сущности самих сегментов. Выбор ряда интерактивных по отношению к респонденту (метод подразумевает проведение опроса) переменных для дальнейшей сегментации. Поиск признаков сегментирования с последующим отбором сегментов. Условия успешности реализации метода.

Тема 5. Тема 5. Позиционирование и дифференциация территории. Основные направления муниципального маркетинга

движение имиджа, создание бренда и формирование репутации города. Возможности использования инструментов территориального маркетинга. Основные рекомендации по организации процессов территориального брендинга, формирования репутации и продвижения города:

Имидж, бренд и репутация города как активы города. Эксклюзивные особенности территории, нуждающиеся в изучении, развитии и активном продвижении. Единая стратегия продвижения города, основанная на традициях и предполагающая нововведения. Структура органа власти, занимающаяся брендингом города, формированием его репутации. Задачи данного комитета: разработка рекомендаций, как для региональных органов власти, так и для частных компаний. Состав специального комитета. Возможности реализации стратегии имиджево-репутационных преобразований. Использование идей и интеллекта населения. Организация (на постоянной основе или периодически) приема предложений от всех желающих (в письменном виде, на пейджер, бесплатные звонки по телефону и т.д.), проведение конкурсов, учреждение грантов и т.д.

Тема 6. Тема 6. Формирование имиджа и репутации города

Территориальная индивидуальность как основа для формирования имиджа, бренда и репутации города (его официальные, "опознавательные" характеристики, своеобразный "паспорт" территории (место на карте, страновая и субфедеральная принадлежность, название, герб, флаг и т.д.); совокупность особенностей и ресурсов города (природные, демографические, исторические, социальные и культурные особенности и ресурсы; экономические особенности и ресурсы; организационно-правовые, а также информационные). Технологии и подходы к работе.

Имидж города как совокупность убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу его особенностей. Субъективное представление о городе или опосредованное. СМИ как важнейший инструмент формирования имиджа.

Бренд города рассматривается как совокупность непреходящих ценностей, отражающих неповторимые оригинальные потребительские характеристики данного города и сообщества, широко известные, получившие общественное признание и пользующиеся стабильным спросом потребителей. Бренд как важнейший фактор конкурентных преимуществ и доходов города, ценный актив городской экономики.

Репутация города как динамическая характеристика жизни и деятельности города.

Связь репутации города с его имиджем.

Тема 7. Тема 7. Стратегический менеджмент и муниципальный маркетинг

Привлекательность МО является синонимом его конкурентоспособности как места размещения различных видов деятельности. Привлекательность города для предприятий, кадров, инноваций, населения и туристов. Подходы к анализу конкурентоспособных (успешных) городов, наборы индикаторов конкурентоспособности (С.

Янсен-Батлером, П. Кресл и Б. Сингх, В.Ф. Левер, И. Бегг, И. Брамезз, М. Портер). Конкурентоспособность в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Тема 8. Тема 8. Муниципальные образования и маркетинговые коммуникации

Маркетинговое исследование - форма бизнес-исследования и направление прикладной социологии, которое фокусируется на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков.

Фаза инициации. Прогнозирование как ожидаемый уровень продаж при данном уровне спроса. Исследование процесса принятия решения потребителями. Определение мотивации людей при выборе города. Методы маркетинга. Пробный маркетинг. Тестирование практичности. Тестирование рекламы и продвижения города. Тайный покупатель. Различие между познающим исследованием и исследованием, решающим проблему. Познающее исследование - постигающее суть проблемы или ситуации. Исследование, решающее проблему, предоставляющее вывод. Первичное и вторичное исследования. Методическая основа маркетинговых исследований - общенаучные, аналитико-прогностические методы и методические приемы, заимствованные из других областей знаний.

Тема 9. Тема 9. Организация и управление муниципальным маркетингом

Общенаучные методы: системный анализ, позволяющий рассматривать любую рыночную ситуацию как некий объект для изучения с большим диапазоном внутренних и внешних причинно-следственных связей; комплексный подход, применяющий при исследовании рыночной ситуации, рассматривая её как объект, имеющий разное проявление. Программно-целевое планирование, аналитико-прогностические методы, теория массового обслуживания, теория связи. Теория вероятностей при принятии решения. Метод деловых игр, сетевое планирование, функционально-стоимостной анализ.

Методы социологии, позволяющие исследовать процессы распространения информации на рынке, выявляющие отношения потребителей к нововведениям. Методы антропологии, позволяющие на основе знания национальных культур и уровня жизни разных народов изучать рыночную среду.

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

аналитический центр Юрия Левады - www.levada.ru

база данных Фонд "Общественное Мнение" - www.fom.ru

официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения - www.wciom.ru

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)

аналитический центр Юрия Левады - www.levada.ru

база данных Фонд "Общественное Мнение" - www.fom.ru

официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения - www.wciom.ru

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В процессе лекции студент должен усвоить и законспектировать название темы, учебных вопросов и основные блоки теоретического материала, то есть, сделанные преподавателем теоретические посылки (гипотезы), их аргументацию и выводы. В случае, если какое-либо положение не совсем понятно студенту или представляется недостаточно убедительным, целесообразно задавать преподавателю уточняющие вопросы. Наличие у студента конспекта лекции обязательно. Материалы лекции являются основой для подготовки к практическим занятиям
практические занятия	Цель семинарских занятий - активизация работы студентов по изучению учебной дисциплины. Свое обучение в семинарских занятиях студент реализует посредством выступления с докладом, презентацией по темам семинарских занятий, выполнения тестов и работ, подготовки глоссария и т.д. На семинарских занятиях проводятся также ролевые игры и выполняются самостоятельные работы.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа студента преследует цель закрепить, углубить и расширить знания, полученные студентами в ходе аудиторных занятий, а также сформировать навыки работы с научной, учебной и учебно-методической литературой, развивать творческое, продуктивное мышление обучаемых, их креативные качества, формирование общекультурных и профессиональных компетенций.
зачет	Изучение дисциплины завершается зачетом (в соответствии с учебным планом образовательной программы). Зачет как форма промежуточного контроля и организации обучения служит приемом проверки степени усвоения учебного материала и лекционных занятий, качества усвоения обучающимися отдельных разделов учебной программы, сформированных умений и навыков. Зачет проводится устно или письменно по решению преподавателя, в объеме учебной программы. Преподаватель вправе задать дополнительные вопросы, помогающие выяснить степень знаний обучающегося в пределах учебного материала, вынесенного на зачет. В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые. Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа: * самостоятельная работа в течение процесса обучения; * непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; * подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах/тестах (при письменной форме проведения дифференцированного зачета). Литература для подготовки к зачету рекомендуется преподавателем.

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 39.04.01 "Социология" и магистерской программе "Социальные технологии и искусственный интеллект в исследовании города".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.05.01 Имидж города: возможности его развития

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 39.04.01 - Социология

Профиль подготовки: Социальные технологии и искусственный интеллект в исследовании города

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Магель, В. И. Градостроительство и благоустройство города : учебное пособие / В. И. Магель, О. В. Матехина. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. - 284 с. - ISBN 978-5-9729-2651-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2226416> (дата обращения: 03.12.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Никитаева, А. Ю. Умные города и территории : учебное пособие / А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. - 166 с. - ISBN 978-5-9275-4592-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2172865> (дата обращения: 03.12.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Крушлинский, В. И. Город, природа и общество. Проблемы взаимодействия: Монография / Крушлинский В.И. - Краснояр.:СФУ, 2017. - 166 с.: ISBN 978-5-7638-3557-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/978571> (дата обращения: 03.12.2025). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Костюк, Н. В. Имидж Кузбасса в представлениях жителей региона в условиях социально-культурных инноваций : монография / Н. В. Костюк, В. И. Марков, А. В. Шунков ; Кемеров. гос. ин-т культуры. - Кемерово : КемГИК, 2023. - 137 с. - ISBN 978-5-8154-0687-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2197099> (дата обращения: 03.12.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Соколов, Я. А. Особенности и направления обеспечения маркетинговой конкурентоспособности городов : монография / Я. А. Соколов. - Москва : ФЛИНТА, 2025. - 220 с. - ISBN 978-5-9765-5724-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2214987> (дата обращения: 03.12.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Белкина, Т. Д. Экономические и социальные функции городов: методология анализа : монография / Т.Д. Белкина. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 206 с. - (Научная мысль). - www.dx.doi.org/10.12737/monography_59ccac8f670860.01165218. - ISBN 978-5-16-013340-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003241> (дата обращения: 03.12.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Потаев, Г. А. Правила планирования, проектирования, управления развитием городов : учебное пособие / Г.А. Потаев. - Москва : ИНФРА-М, 2025. - 292 с. - (Высшее образование). - DOI 10.12737/2023027. - ISBN 978-5-16-018553-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2023027> (дата обращения: 03.12.2025). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.05.01 Имидж города: возможности его развития

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

Направление подготовки: 39.04.01 - Социология

Профиль подготовки: Социальные технологии и искусственный интеллект в исследовании города

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

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.