

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Уникальный программный ключ: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f Пятигорский институт (филиал) СКФУ

## УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал)

СКФУ

Н.В. Данченко

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Проектный практикум по территориальному брендингу

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Коммуникативные технологии и реклама

Год начала обучения

2024

Форма обучения

очная

Реализуется в

6 семестре

## Разработано

Доцент кафедры «Финансы и бухгалтерский учет»

Голубова М.И.

Пятигорск, 2024г.

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов с современными технологиями продвижения и создания брендинга территорий.

Образовательные задачи курса:

- познакомить студентов с современной техникой, используемой в медиаотрасли;
- дать общеориентирующие знания об особенностях и технологических циклах создания территориального брендинга;
- создание системных представлений о методологии и методах организации и продвижении брендинга территорий;
- научить студентов использовать Интернет в качестве инструмента в работе специалиста по рекламе и СО.

Воспитательные задачи:

- активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества.
- 

## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Проектный практикум по территориальному брендингу» относится к дисциплинам обязательной части.

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
<b>ПК-3.</b> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PRкампании.	ИД-1 ПК-3 Знает основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.	Теоретические знания методики написания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PRкампании
	ИД-2 ПК-3 Умеет создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.	Навыки написания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PRкампании.
	ИД-3 ПК-3 Владеет навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.	Умеет писать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PRкампании.
<b>ПК-6.</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	ИД-1 ПК-6 Знает особенности создания документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	Теоретические знания по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

ИД-2 ПК-6 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	Навыки написания основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.
ИД-3 ПК-6 Владеет навыками создания документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.	Умеет готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.

#### **4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля \***

Объем занятий: всего: 4 з.е., 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
<b>Контактная работа:</b>	42
Лекции/из них практическая подготовка	14
Практических занятий/из них практическая подготовка	28/4
<b>Самостоятельная работа</b>	66
<b>Формы контроля</b>	36
Экзамен	6 семестр

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

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Очная форма			Самостоятельная работа, часов
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов	Лекции	Практические занятия	
1	Основные понятия брендинга территории 1.Понятие имиджа территории 2.Понятие маркетинга территории 3. Понятия бренда и брендинга территории 4. Основные этапы брендинга территории	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6	2	2	-	4,5
2	Идентичность как элемент технологии брендинга территории 1.Понятие идентичности 2. Управление культурными ресурсами территории	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6		2	-	4,5
3	Оценка привлекательности территории 1.Целевые аудитории 2.Восприятие территории (облако ассоциаций) 3.Методики оценки привлекательности территории	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6	2	2	-	4,5

4	Информационное сопровождение территориального брендинга 1. Планирование информационной кампании 2. Возможности «новых медиа» в информационном сопровождении имиджевых компаний 3. Значение связей с общественностью в продвижении позитивного имиджа региона	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6		2	-	4,5
5	Управление брендом территории: ребрендинг Причины и задачи ребрендинга Этапы ребрендинга примеры ребрендинга в России	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6	2	2	-	4,5
6	Бренд города 1.Понятие и структура бренда города 2.Позиционирование города 3.Создание и разработка бренда в городской среде	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6		2	-	4,5
7	Курортный (туристический) брендинг 1.Позиционирование и продвижение брендов курортных городов 2.Теоретико-методологические основы, технологии и методы продвижения туристских курортных территорий 3.Инструменты продвижения курортных дестинаций на примере КМВ	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6	2	2/2	-	4,5
8	Лучшие мировые практики брендинга территории 1.Бренд китайского города Гонконга 2.Брендинг Афин и Олимпийские игры – 2004 3.Брендинг Барселоны и Хельсинки	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6		2	-	4,5
9	Глобальный деловой брендинг (в сфере B2B) 1.Территориальный бренд как инструмент инвестиционной привлекательности и бизнес коммуникаций территории.	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6	2	2	-	4,5

	2.Международные деловые мероприятия и форумы. 3.Глобальный бренд Australia unlimited.	ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6				
10	Инструменты и технологии территориального брендинга 1. Методология брендинга территорий, вовлечение жителей территории и формирование лояльности населения к бренду. 2. Народные конкурсы, проблема экспертной оценки результатов конкурсов в России. 3. Форсайт технологии. 4.Инструменты и этапы разработки и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации. 5.Продвижение бренда.	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6		2		4,5
11	Маркетинговые инструменты продвижения территории и дополнительные идентификаторы 1. Маркетинговые инструменты продвижения территории, рекламные кампании в СМИ. 2.Дополнительные идентификаторытерриторий: знаки для национальных и региональных товаров. 3.Спортивные и культурные события и мероприятия 4. Государственный брендинг (национальная валюта, паспорт, транспортные и почтовые службы).	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6	2	2/2		4,5
12	Проведение имиджевых кампаний в сфере геобрендинга 1.Продвижение в системе геобрендинга. 2.Основные элементы и каналы продвижения в геобрендинге. 3.Реклама территориальных брендов. Имиджевые PR мероприятия. 4.Стимулирование сбыта и прямой маркетинг дестинации. 5. Фильмы как элемент продвижения дестинации. 6.Понятие и виды территориального имиджа. 7.Современные технологии формирования имиджа территории.	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6		2		4,5
13	Стратегическое управление имиджем территории 1. Управление имиджем территории. 2.Маркетинг имиджа. Факторы, влияющие на формирование имиджа территории. 3.Модель имиджа дестинации. Имиджи субдестинаций. 4.Методы обеспечения туристической и инновационной привлекательности	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6	2	2		7,5

	территорий. 5.Разработка деловых стратегий территории.					
14	Событийный туризм 1.Особенности, цели и направления событийного туризма 2. Календарь событийного туризма 3. Событийный туризм в мире 4. Перспективы развития событийного туризма в России	ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6		2		3
	<b>ИТОГО за 6 семестр</b>	<b>14</b>	<b>28/4</b>			<b>66</b>
	<b>ИТОГО</b>	<b>14</b>	<b>28/4</b>			<b>66</b>

## **6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине (модулю) Проектный практикум по территориальному брендингу базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

## **7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

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

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершенный 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 и лабораторным 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 (модуля)**

#### **8.1.1. Перечень основной литературы:**

1. Побединская, Е. А. Технологии брендинга территории : курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 98 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93665.html> (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьев. — 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

#### **8.1.2. Перечень дополнительной литературы:**

1. Терентьев, Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний : учебное пособие / Ю. В. Терентьев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-7937-1908-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118411.html> (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/118411>

2. Родькин, П. Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн : учебное пособие : [16+] / 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: 23.03.2023). – Библиогр.: с. 88-89. – ISBN 978-5-4499-1291-6. – DOI 10.23681/597418. – Текст : электронный.

3. Сидоровская, Т. В. Маркетинг и брендинг северных территорий : учебное пособие / Т. В. Сидоровская. — Архангельск : САФУ, 2017. — 130 с. — ISBN 978-5-261-01363-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161759> (дата обращения: 23.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## **8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю):**

1. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Проектный практикум по территориальному брендингу». Пятигорск, 2023 г.

2. Методические рекомендации для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Проектный практикум по территориальному брендингу». Пятигорск, 2023 г.

## **8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):**

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

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

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

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

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
---	---

2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Операционная система: Microsoft Windows 8: Бессрочная лицензия. Договор № 01-э/13 от 25.02.2013.</li> <li>2. Операционная система: Microsoft Windows 10: Бессрочная лицензия. Договор № 544-21 от 08.06.2021.</li> <li>3. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-э/13 от 25.02.2013г., Лицензия Microsoft Office <a href="https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674">https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674</a></li> </ol>
---	--

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

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
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

## **11. Особенности освоения дисциплины (модуля) 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. № 363-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. № МН19/1573-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 (Bigbluebutton, Microsoft Teams, 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.